



الإتصال

المهارات والنظريات وأسس عامة

الدكتورة
خضرة عمر المفلح





دارالعلوم دہلیہ الشریعہ والعلوم

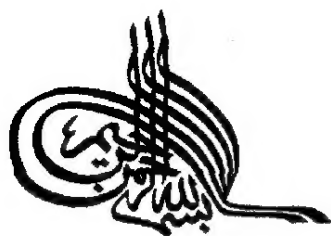
الامین عثمان

فون: 5231021 ملک: +9265236594

فیکس: 11941 شمارہ: 350

E-mail: darululoom@hotmail.com

E-mail: Darululoom@yahoo.com



الاتصال

**المهارات والنظريات
وأسس عامة**

الاتصال

المهارات والنظريات
وأسس عامة

الدكتورة

خضرة عمر المفلح



محفوظ
جميع الحقوق

رقسم التصنيف : 302.2
المؤلف ومن هو في حكمه : خضرة عمر الملقح.
عنوان الكتاب : الاتصال بالمهارات والنظريات وأسس عامة.
و رقم الإصدار : 2014/8/3640
الواصفــــــــــــــات : الاتصال // الاتصال الجماهيري.
بيانات الناشر : عمان - دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع

يحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى معنوه ولا يخبر هذا المنصب عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

ISBN 978-9957-32-874-0 (ردمك)

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية.

لا يجوز نشر أو اقتباس أي جزء من هذا الكتاب، أو اختزان مادته بطريقة الاسترجاع، أو نقله على أي وجه، أو بأي طريقة أكلت إليكترونية، أو ميكانيكية، أو بالتصوير، أو التسجيل، أم بخلاف ذلك، دون الحصول على إذن الناشر الخطي، وبخلاف ذلك يتعرض الفاعل للملاحقة القانونية.

الطبعة الأولى 2015-1436هـ



دار الحسنة للنشر والتوزيع

الأردن - عمان - شفا بدران - شارع العرب مقابل جامعة العلوم التطبيقية

+962 6 5235594 +962 6 5231081

عربي، (366) الرمز البريدي، (11941) عمان - الأردن

www.daralhamed.net

E-mail: daralhamed@yahoo.com



﴿ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ۝۱۱۴ ﴾

[طه: 114]



المحتويات

الصفحة	الموضوع
11	المقدمة
13	البطلان الأذن
	الاتصال عناصره وأنواعه
15	تعريف الاتصال
19	المفاهيم المرتبطة والمساهمة لمفهوم الاتصال
23	خصائص وسمات عملية الاتصال
23	1. الاتصال عملية هادفة
24	2. الاتصال عملية ديناميكية
24	3. الاتصال عملية منظمة
24	4. الاتصال عملية دائرية
24	5. الاتصال عملية متنوعة
25	عناصر عملية الاتصال
25	نموذج الاتصال التعليمي التقليدي
25	نموذج الاتصال التعليمي الحديث
26	المرسل
27	الرسالة
28	الوسيلة
29	المستقبل
30	التغذية الراجعة
31	أنواع الاتصال
31	من حيث اللغة

31	اتصال لفظي
31	اتصال غير لفظي
31	من حيث حجم المشاركين
31	1. اتصال ذاتي
32	2. اتصال شخصي
32	3. اتصال جمعي
32	4. اتصال عام
32	5. اتصال جماهيري
32	6. الاتصال الوسيط
32	اهداف عملية الاتصال
33	اهمية الاتصال
34	اشكال الاتصال
37	العوامل التي يتوقف عليها نجاح عملية الاتصال
41	العوامل المؤثرة في عملية الاتصال
41	للتشويش (الضجيج)
42	الدقة في نقل الرسالة
43	مهارات الاتصال
44	معوقات الاتصال
45	اهمية الاتصالات
49	تطور الاتصالات
62	المجالات الاساسية لدراسة الاتصالات
65	الاتصال الجماهيري
65	عوامل تؤثر في الاتصال الجماهيري
66	لشهر نظريات الاتصال الجماهيري

66	نظريات التأثير المباشر
66	نظريات التأثير الانتقائي
67	نظريات التأثير غير المباشر
68	نظريات الاتصال الافعائي
69	التفسير الشامل لتأثير وسائل الاعلام
69	خصائص الاتصال الجماهيري
76	وسائل الاتصال الجماهيري

الفصل الثاني

83	نماذج الاتصال
87	انواع النماذج الاتصالية
87	نموذج الاتصال التعليمي التقليدي
87	نموذج لاسويل للاتصال
87	طبيعة النماذج الاتصالية
88	ملامح النماذج الاتصالية
88	شرح نماذج الاتصال
89	شرح نموذج لاسويل
92	شرح نموذج شانون وويفر
93	شرح نموذج ديفلور
95	النماذج المركزة على المعنى-تعريف عام مع التركيز على المعنى الدلالي
96	النماذج المركزة على الجانب الاجتماعي- تعريف عام مع التركيز على الخبرة المشتركة
96	نماذج اخرى من الاتصال

111

النظريات المفسرة للاتصال

113

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

133

نظرية حارس البوابة

141

نظرية الرصاصة والطلقة

151

نظرية التأثير المحدود

165

نظرية الغرس الثقافي

174

نظرية مارشال ماكلوهان

196

نظرية فجوة المعرفة

207

المصادر والمراجع

المقدمة

بات علم الاتصال من العلوم المتطورة التي تواكب التكنولوجيا الحديثة بجميع مجالاتها.

وتعتبر النظريات الاتصالية من المواضيع الهامة والشائكة والمعقدة في مجال الاعلام والتربية والعلوم المرتبطة بها، ولان دراسة نظريات الاتصال وضعت لتؤسس العلم الاتصالي وضعنا هذا الكتاب بين يدي القارئ الكريم.

ويبحث هذا الكتاب الاسس المنهجية لمفهوم الاتصال، وتطوره واهميته، والعناصر المرتبطة به ومكونات العملية الاتصالية وكانت الاهداف الاساسية لوضع هذا الكتاب للقارئ كمايلي:

- معرفة مفهوم الاتصال والعملية الاتصالية وعلاقتها بالعملية التعليمية

- معرفة تأثير وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمع

- معرفة وفهم نماذج الاتصال المختلفة فوائدها ونوعاتها

- التعرف التام على النظريات المفسرة للاتصال

- معرفة اهم النظريات في هذا المجال من حيث الاسس والاطر العامة.

ان هذا الكتاب وضعه الكاتب بعد بحث وتقصي للواقع العام للاتصال بجميع

اشكاله وانواعه والله من وراء القصد.

الفصل الأول

الاتصال عناصره وأنواعه

الاتصال عناصره وأنواعه

الاتصال

يمكن القول بوجود مدخلين لتعريف الاتصال:

- المدخل الأول: ينظر إلى الاتصال على أنه عملية يقوم بها طرف مرسل بإرسال رسالة إلى طرف مقابل، بما يؤدي إلى اثر معين.

ويهدف إلى تعريف المراحل التي يمر بها الاتصال ويدرسها على حدة، وأهدافها وتأثيرها على عملية الاتصال ككل. وعرف الباحثون الاتصال كعملية يتم من خلالها نقل معلومات أو أفكار معينة من المرسل إلى المستقبل بشكل هادف، ومن أبرز نماذج هذه التعريفات:

1. الاتصال بأنه العملية التي يتم من خلالها نقل ومساند معينة من مرسل إلى مستقبل.
2. الاتصال الجماهيري وهو الاتصال الذي يتم بين أكثر من شخصين ويقوم بها المؤسسات أو الهيئات.
3. الاتصال هو انتقال المعلومات والأفكار والاتجاهات والعواطف من شخص لأخر من جماعه إلى جماعه.
4. الاتصال عملية تعدد الوسائل والهدف الذي يتصل او يرتبط بالآخرين ويكون ضروريا اعتباره تطبيقا لثلاث عناصر وهي العملية والوسيلة والهدف.
5. الاتصال عملية تفاعل بين طرفين خلال رسالة أو فكرة أو خبرة عبر قنوات اتصالية تتناسب مع مضمون الرسالة.

• المنخل الثاني: يرى ان الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة
الرسائل، من خلال تفاعل افراد الثقافات المختلفة، وذلك لتوصيل المعنى
وفهم الرسالة.

وهو أيضاً تعريف بنائي أو تركيبي حيث يركز على العناصر المكونة
للمعنى، والتي تنقسم الى ثلاث مجموعات:

1. قارئ الموضوع الخبرة الثقافية والاجتماعية.
2. الموضوع وإشارة ورموزه.
3. الوعي بوجود واقع خارجي يرجع إليه الموضوع.

وينظر إلى الاتصال على أنه عملية التبادل معاني وعلى أنه عملية تتم من
خلال الاتكاء على وسيط لغوي، والمرسل والمستقبل يشتركان في إطار دلالي وأنه
أيضاً عملية تفاعل رمزي ومن النماذج الاتصال:

1. الاتصال تفاعل بالرموز اللفظية بين طرفين المرسل والمستقبل.
2. الاتصال عملية يتم من خلالها تحقيق معاني مشتركة متطابقة بين
الشخص القائم بالمبادرة والشخص الذي يستقبلها.

التعريف التالي قد يكون الاقرب لوجهة النظر المتعددة سابقا وهو ان
الاتصال عملية يقوم بمقتضاها ما بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين
اجتماعية، ومن خلالها يتم نقل افكار ومعلومات ومنبهات بين الافراد عن قضية او
معنى مجرد أو واقع معين، وهو ايضا عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل وليس
عملية نقل اذ ان النقل ينتهي عند التبعية أما المشاركة فتعني الازدواج أو التوحد في
الوجود وهذا هو اقرب الى العملية الاتصالية.

من التعريفات السابقة للاتصال، يلاحظ عدم اتفاق الباحثين على تعريف
موحد للاتصال، ويعود ذلك إلى تعدد العلوم الانسانية وهذا لا يشير إلى خلل بل إلى

ثراء في المعنى، وتعريف الاتصال لم يعد يقتصر على أنه نشاط إنساني يمكن أن يتوقف بتحقيق الهدف بل هو اتصال إنساني يتسم بالاستمرارية.

الاتصالات تبادل المعلومات، أو توفير التسلية عن طريق الكلام أو الكتابة أو أية وسائل أخرى، وربما كانت أهم أنواع الاتصالات هي الاتصالات الشخصية التي تحدث عندما يُعبرُ الناس عن أفكارهم ورغباتهم بعضهم لبعض. ويتصل الناس بعضهم ببعض من خلال طرق عديدة، ومن ذلك: الكلام، وتحريك أيديهم، وحتى تعبيرات وجوههم. يستخدم الناس المكالمات الهاتفية، والخطابات للاتصالات الشخصية. ولولا الاتصالات الشخصية، لما عرف الآباء احتياجات أبنائهم، ولما استطاع المدرسون مساعدة تلاميذهم على التعلم، ولما استطاع الأصدقاء التنسيق مع أصدقائهم، ولما استطاع الناس المشاركة في المعرفة، ولكان ضرورياً أن يتعلم كل شخص كل شيء بنفسه، ولما أمكن للبشر في أغلب الحالات أن يحيوا لفترة طويلة بإذن الله.

ويتم نوع آخر مهم من الاتصالات، عندما تُبعث الرسائل إلى جمهور كبير. ويُسمى هذا النوع الاتصال الجماهيري. وتعد الكتب إحدى أقدم وسائل الاتصال الجماهيرية، كما يعد التلفاز واحداً من أحدثها. وتعتبر الجرائد والمنشأع وسائل أخرى يمكن عن طريقها إرسال المعلومات إلى العديد من الناس. وكما أن البشر تصعب عليهم الحياة بدون الاتصالات الشخصية، ف كذلك الدول لاتستطيع الاستمرار في الوجود بغير وسائل الاتصالات العامة. فأخبار نتائج الانتخابات، أو أخبار الزلازل، أو الأحداث المهمة الأخرى يمكنها أن تنتشر وتصل إلى أعداد هائلة من الناس في دقائق من خلال وسائل الاتصالات العامة.

مفهوم الاتصال الجماهيري: حينما نذكر الاتصال اجماهيري سيخطر على بالنا لأول وهلة وسائل الإعلام الجديدة من منبأع و تلفيزيون ووسائل الاعلام الجديد أيضاً وقد أصبحت جماهيرية الإستخدام. مصطلح الاتصال للجماهيري

يحتوي على متغيرين أساسيين - الاتصال، الجمهور حيث أنها أصبحت تختلف عن الاتصال العادي اختلافاً تاماً فالاتصال الجماهيري نوع خاص من الاتصال ينطوي على اشتراطات مميزة في الأداء أو لها طبيعة الجمهور ثم تجربة الاتصال ثم صاحب الاتصال. بعد ذلك لنسهب قليلاً في مفهوم الجماهير وهو المتغير الثاني وقد بدأ بالظهور مع ظهور وسائل الإعلام الحديثة أما كلمة (جمهور- جماهير) اصطلاحاً فتعود للجنر اللغوي (جمهور)، ومن وجهة نظر كاتب آخر أنها عملية تنقسم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية ويمتاز أيضاً في قدرته على توصيل الرسالة أيأ كان محتواها إلى أكبر قدر من الناس باختلاف شرائح المجتمع وفي وسائل الاعلام نسمع أو نقرأ عبارات كثيرة تشير إلى ذلك: تدفق الجماهير المشجعين للفريق... فرقت الشرطة جماهيراً من المواطنين جاءت للاحتجاج.... ازدهم الشارع بجماهير وفيرة بسبب عطلة العيد. إذاً تعريفنا للاتصال الجماهيري هو انه الاتصال الموجه نحو جماهير كبيرة نسبياً، مختلفة الثقافات، متعددة الانتماءات، ومجهولة الاسم والهوية.

الاتصال الجماهيري كغيره من أنماط الاتصال فهو يمر بعدة مراحل: 1-القائمون بالاتصال: هم الذين يعملون على تشكيل ومحتوى للوسائل الاتصال ولتحقيق أهداف محددة. 2- الرسالة: التي يتم نقلها عبر وسائل الاتصال للجماهيري المتعارف عليها. 3- الجماهير: هي الفئة مهما اختلف نوعها أو عددها والتي يتم نقل الرسالة الاعلامية إليها. 4- التأثير: النتيجة التي تظهر من خلال نقل الرسالة ويعكس مدى تأثير وسائل الاتصال وأهدافها. خصائصه: كون الاتصال الجماهيري يؤثر على الأفراد والمجتمعات بصورة مباشرة وغير مباشرة فإن من أهم خصائصه، اعتماده على للتكنولوجيا الحديثة والعديد من وسائط النقل، وعادة ما يتسم هذا النوع من الاتصال بالعمومية، يعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معاني مشتركة لملايين الناس كما يعيبها أن رجع الصدى يكون متأخراً بعكس جميع وسائل الاتصال الأخرى.

صعوبات ومعوقات إعداد نماذج الاتصال: تواجه الباحثين عدة صعوبات عند وضع نماذج لعملية الاتصال وأهمها: أ- تجمد عملية الاتصال: يضطر القائم بالاتصال الى تجميد عملية الاتصال لكي يدرس عناصرها ومكوناتها، فعند تجميد الواقع في صورة او تجميد العملية في نموذج قد ينسى العلاقات بين العناصر ويتم تجميد التفاعل وديناميكية الأحداث فعند وصف عملية الاتصال في نموذج ما، فإننا لا نذكر جميع العناصر بل نذكر العناصر التي نشعر بأهميتها فقط ب- أفعال بعض العناصر الهامة او ترتيب العناصر ترتيبا لا يتفق مع الواقع: الصعوبة الثانية في بناء النماذج هو ان العنصر الذي يتكون منه النموذج قد يتم تحديده بشكل غير دقيق او ان العلاقات التي نفترض وجودها قد لا تنطبق على العلاقات بين احداث الواقع. ج- استخدام اللغة: تستخدم اللغة في الوصف، الا ان اللغة هي عملية تتغير من وقت لآخر. كذلك نتقدر ونفقد صفاتها او خاصيتها كعملية حينما نسجلها او نكتبها، فالإشارات او الكتابات على الورق هي تسجيل للغة او صورة للغة وهي علامات ثابتة. كذلك تعتبر اللغة المنطوقة خلال فترة قصيرة ثابتة الى حد ما. كما توافق عالم الاتصال ديوتش مع بيرلو في وظائف النماذج الاتصالية على النحو التالي: 1- الوظيفة التنظيمية. 2- الوظيفية الموجهة. 3- الوظيفية القياسية. 4- تنظيم المعلومات وتشجيع القيام بالابحاث والتنبؤ والسيطرة على الظواهر او التحكم بها.

ومن المفاهيم المرتبطة والمشباهة لمفهوم الاتصال:

يعود أصل كلمة COMMUNICATION في اللغات الأوروبية- والتي اقتبست أو ترجمت إلى اللغات الأخرى وشاعت في العالم- إلى جذور الكلمة اللاتينية COMMUNIS التي تعني "الشيء المشترك"، ومن هذه الكلمة اشتقت كلمة COMMUNE التي كانت تعني في القرنين العاشر والحادي عشر "الجماعة المدنية" بعد انتزاع الحق في الإدارة الذاتية للجماعات في كل من فرنسا وإيطاليا، قبل أن تكتسب الكلمة المغزى السياسي والأيدولوجي فيما عرف بـ "كومونة

باريس' في القرن الثامن عشر؛ أما للفعل اللاتيني لجنز الكلمة COMMUNICARE فمعناه 'يُذيع أو يَشيع' ومن هذا الفعل اشتق من اللاتينية والفرنسية نعت COMMUNIQUE الذي يعني 'بلاغ رسمي' أو بيان أو توضيح حكومي.

ويمكن وصف الاتصال بأنه سر استمرار الحياة على الأرض وتطورها، بل أن بعض الباحثين يرى (أن الاتصال هو الحياة نفسها)، وعلى الرغم من أن الجنس البشري لا ينفرد وحده بهذه الظاهرة، حيث توجد أنواع عديدة من الاتصال بين الكائنات الحية، بيد أن الاتصال بين البشر شهد تنوعاً في أساليبه، وتطوراً مذهلاً في المراحل التاريخية المتأخرة .

ومع تعدد التعريفات التي وضعت من قبل الباحثين لمفهوم الاتصال (Communication) فأنا يمكن أن نعتمد تعريفاً مبسطاً وشاملاً للاتصال هو: (أن الاتصال عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معنى مجرد أو واقع معين) .

والاتصال عملية مشاركة (Participation) بين المرسل والمستقبل، وليس عملية نقل (Transmission) إذ أن النقل يعني الانتهاء عند المنبع، أما المشاركة فتعني الأزواج أو التوحد في الوجود، وهذا هو الأقرب إلى العملية الاتصالية، ولذا فإنه يمكن الاتفاق على أن الاتصال هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات، عن طريق عمليات إرسال وبحث للمعنى، وتوجيه وتفسير له، ثم استقبال بكفاءة معينة، لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين. وتتفق أغلب الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، منذ ما يزيد على نصف قرن، وحتى الوقت الراهن، على تقسيم الاتصال إلى أنواع أو نماذج عدة، من أبرزها:

الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي والاتصال الجمعي والاتصال الجماهيري (الإعلامي)، وهذا النوع الأخير من الاتصال، وبشكله العصري التقني يتجاوز اللقاء

المباشرة، والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة
بأهظة التكاليف، كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما فضلا عن
منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية وشبكة الإنترنت.

وقد تعددت المفاهيم التي طرحت لتحديد معنى الاتصال بتعدد المدارس
العلمية والفكرية للباحثين في هذا المجال، ويتعدد الزوايا والجوانب التي يأخذها
هؤلاء الباحثون في الاعتبار، عند النظر إلى هذه العملية، فعلى المستوى العلمي
البحثي يمكن القول بوجود مدخلين لتعريف الاتصال:

المدخل الأول:

ينظر إلى الاتصال على أنه عملية يقوم فيها طرف أول (مرسل) بإرسال
رسالة إلى طرف مقابل (مستقبل) بما يؤدي إلى أحداث اثر معين على متلقي
الرسالة.

المدخل الثاني:

يرى أن الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل، والتي من
خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة، وذلك من أجل إتاحة الفرصة
لتوصيل المعنى، وفهم الرسالة.

والمدخل الأول يهدف إلى تعريف المراحل التي يمر بها الاتصال، ويدرس
كل مرحلة على حدة، وهدفها وتأثيرها على عملية الاتصال ككل.

أما التعريف الثاني فهو تعريف بناءي أو تركيبى، حيث يركز على العناصر
الرئيسية المكونة للمعنى، والتي تنقسم بدورها إلى ثلاث مجموعات رئيسية:

أ- الموضوع: إشارته ورموزه.

ب- قارئ الموضوع والخبرة الثقافية والاجتماعية التي كونته،
والإشارات والرموز التي يستخدمها.

ت- الوعي بوجود واقع خارجي يرجع إليه الموضوع.

وفي ضوء المدخل الأول عرف بعض الباحثين الاتصال بالنظر إليه كعملية يتم من خلالها نقل معلومات أو أفكار معينة بشكل تفاعل من مرسل إلى مستقبل بشكل هادف، ومن نماذج هذه التعريفات:

1- الاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل رسالة معينة أو مجموعة من الرسائل من مرسل أو مصدر معين إلى مستقبل، أما الاتصال الجماهيري فهو ذلك النمط من الاتصال الذي يتم بين أكثر من شخصين لإتمام العملية الاتصالية، والتي غالباً ما تقوم بها المؤسسات أو الهيئات عن طريق رسائل جماهيرية.

2- الاتصال هو نقل أو انتقال للمعلومات والأفكار والاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة لآخر أو لآخرين، من خلال رموز معينة.

3- الاتصال يعرف على أنه عملية تحدد للوسائل والهدف الذي يتصل أو يرتبط بالآخرين، ويكون من الضروري اعتباره تطبيقاً لثلاثة عناصر: للعملية-الوسيلة-الهدف.

4- الاتصال عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة، فكرة، أو خبرة، أو أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلاً مشتركاً فيما بينهما .

وفي ضوء المدخل الثاني الذي ينظر إلى الاتصال على أنه عملية تبادل معاني يعرف بعض الباحثين الاتصال كعملية تتم من خلال الاتكاء على وسيط لغوي، حيث أن كلاً من المرسل والمستقبل يشتركان في إطار دلالي واحد، بحيث ينظر إلى الاتصال هنا على أنه عملية تفاعل رمزي، ومن نماذج هذه التعريفات :

1- الاتصال تفاعل بالرموز اللفظية بين طرفين: أحدهما مرسل يبدأ الحوار، وما لم يكمل المستقبل الحوار، لا يتحقق الاتصال، ويقتصر الأمر على

توجيه الآراء أو المعلومات، من جانب واحد فقط دون معرفة نوع الاستجابة أو التأثير الذي حدث عند المستقبل .

2- الاتصال عملية يتم من خلالها تحقيق معاني مشتركة (متطابقة) بين الشخص الذي يقوم بالمبادرة بإصدار الرسالة من جانب، والشخص الذي يستقبلها من جانب آخر .

تعريف الإعلام :

الإعلام جزء من الاتصال، فالإتصال أعم وأشمل، ويمكن تعريف الإعلام بأنه : تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، ثم نقلها، والتعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها .

إنه لابد من وجود شخص أو هيئة أو فئة أو جمهور يهتم بالمعلومات فيمنحها أهمية على أهميتها، ويكون الإعلام عن تلك العملية الإعلامية التي تتم بين ميدان المعلومات وبين ميدان نشرها أو بثها .

خصائص وسمات عملية الاتصال:

- الاتصال عملية هادفة.
- الاتصال عملية ديناميكية.
- الاتصال عملية منظمة.
- الاتصال عملية دائرية.
- الاتصال عملية متنوعة.

الاتصال عملية هادفة:

يرمي الاتصال إلى تحقيق هدف محدد: وهو إرسال المعلومات والبيانات (أو نقل فكرة أو الترفية أو التعليم) وفهمها من الطرف الآخر وبذلك يتطلب مجموعة

من الإجراءات والخطوات المرتبطة بعضها ببعض مثل تصميم الرسالة، وإرسالها، والإشراف على وصولها، واستقبال الرد.

الاتصال عملية ديناميكية:

تتضمن عملية الاتصال تفاعلا بين المرسل والمستقبل، الأول يؤثر والآخر يتأثر ولا تتوقف عملية الاتصال عن هذا الحد بل قد يتبادل الطرفان الأدوار بينهما وبذلك فإن عملية الاتصال متغيرة من حيث الزمان والمكان، أي أن عملية الاتصال عملية ديناميكية وليست استاتيكية ومثال ذلك ما يحدث في الفصل الدراسي بين المعلم وتلاميذه.

الاتصال عملية منظمة:

تتصف عملية الاتصال بأنها منظمة فهي باعتبارها عملية تعليم تعتبر بالضرورة عملية مقصودة يتم تخطيطها وتصميمها وتنفيذها وإدارتها بصورة منظمة لإحداث التعلم، ومن جانب آخر يقوم كل عنصر من عناصر عملية الاتصال بأدوار محددة، فالمرسل مثلا يقوم بعملية ترميز الرسالة، والمستقبل عليه فك رموز الرسالة أي ترجمتها وتفسيرها.

الاتصال عملية دائرية:

عملية الاتصال ليست عملية خطية تسير في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل وتتوقف عند ذلك الحد ولكنها عملية دائرية تبدأ بالمرسل لنقل رسالة إلى المستقبل حيث يكون له رد فعل عن طريق التغذية للراجعة فيستقبل المرسل الرسالة لبدء نشاطا جديدا لتحقيق هدف آخر أو يعدل في رسالته الأولى إذا لم يتحقق الهدف منها وهكذا تستمر عملية الاتصال.

الاتصال عملية متنوعة:

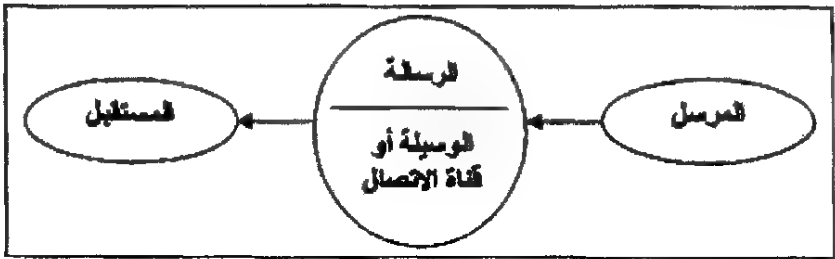
يمتاز الاتصال الإنساني بأنه عملية اجتماعية لا تتوقف عند استخدام اللغة اللفظية: الشفهية أو التحريرية فقط بل يتم أيضا استخدام اللغة غير اللفظية، كالإشارات والحركات والإيماءات.

عناصر عملية الاتصال:

تعددت النماذج أو المخططات التي وضعها علماء الاتصال والتي توضح عناصر عملية الاتصال. وتحليل بعض هذه النماذج وجدنا أن معظم عناصرها مشتركة في الموقف الاتصالي، ويمكن تلخيص عناصر عملية الاتصال وفقاً للمواقف التعليمية في النموذجين التاليين:

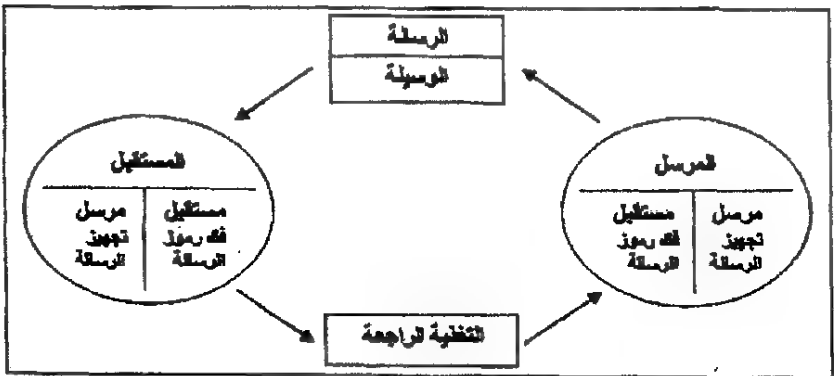
نموذج الاتصال التعليمي التقليدي:

وتتضح مكوناته أو عناصره من خلال الشكل التالي:



نموذج الاتصال التعليمي الحديث:

ويتكون من العناصر الموضحة في الشكل التالي:



ووفقاً للمودجين السابقين للتقليدي والحديث، تتكون عملية الاتصال التعليمي من عناصر أساسية مشتركة (المرسل والمستقبل والرسالة وقناة الاتصال)، ولكن يمتاز نموذج الاتصال الحديث بوجود عنصر خامس هو التغذية الراجعة، وفيما يلي تفصيل للعناصر الأساسية لعملية الاتصال كما يلي:

• المرسل • الرسالة • الوسيلة • المستقبل • التغذية الراجعة

المرسل (Sender/ Encoder/ Source)

هو العنصر الأول من عناصر عملية الاتصال وهو مصدر الرسالة التي يترتب عليها التفاعل في موقف الاتصال. والمعلم في الموقف التعليمي هو الذي يقوم بصياغة الرسالة أي وضعها في صورة ألفاظ أو رسوم أو رموز بغرض الوصول إلى هدف محدد. وقد يكون المرسل شخصاً واحداً أو مجموعة من الأشخاص وقد يكون آلة تعليمية.

ويجب أن تتوفر في المرسل (المعلم) مجموعة من الصفات والخصائص أو

الشروط:

أن يكون المرسل:

- متمكناً من تخصصه العلمي.
- قادراً على التعبير الجيد عن رسالته أمام تلاميذه مع وضوح صوته.
- ملماً بأنواع قنوات الاتصال.
- ملماً بخصائص من يتعامل معهم من حيث العمر الزمني والمستوى الاجتماعي والثقافي والاقتصادي.
- قادراً على تحديد الهدف أو الأهداف من رسالته.
- قادراً على تصميم وبناء مواقف تعليمية اتصالية جديدة.
- قادراً على الاستجابة والرد على أسئلة التلاميذ.
- مرناً في التعامل مع تلاميذه.

- قادراً على التعامل بود ولطف مع تلاميذه.
- قادراً على الاستخدام الجيد للغة اللفظية واللغة غير اللفظية.
- قادراً على إيصال رسالته بطرق وأساليب متنوعة ومناسبة.
- ملماً بمهارات الاتصال المختلفة.
- قادراً على إثارة دافعية التلاميذ للتعلم.
- قادراً على إدارة الموقف التعليمي الاتصالي إدارة فاعلة
- قادراً على التعديل في رسالته لو لم عملية الاتصال بنساءً على التنفيذية الراجعة.

الرسالة (Message):

هي المحتوى أي المعلومات والمفاهيم والمهارات والقيم التي يُريد المرسل إرسالها إلى المستقبلين لتعديل سلوكهم، ويقوم المرسل بصياغتها باللغة اللفظية أو غير اللفظية أو بمزيج من اللغتين وفقاً لطبيعة محتوى الرسالة وطبيعة المستقبلين، وهي للهدف من عملية الاتصال. وتتم الرسالة بمرحلتين: المرحلة الأولى: وهي مرحلة تصميم الرسالة. المرحلة الثانية: هي مرحلة إرسال الرسالة أي تنفيذها وقد يتم التعديل في الرسالة المصممة وفقاً للموقف الاتصالي. وتوجد مجموعة من النقاط أو الشروط التي يجب أن يراعيها المرسل أو المعلم أثناء إعداد وإرساله للرسالة:

- أن يكون محتوى الرسالة مناسباً لميول وحاجات وقدرات التلاميذ ومستواهم المعرفي والثقافي.
- أن يكون محتوى الرسالة صحيحاً علمياً وخالياً من التكرار والتعقيد.
- أن تكون لغة الرسالة واضحة وبسيطة.
- أن تكون الرسالة جذابة ومثيرة لانتباه وتفكير التلاميذ.
- أن يعرضها المعلم بطريقة شائقة وغير تقليدية.

- أن يلجأ المعلم إلى الإطناب أثناء تنفيذ الرسالة وهو إعادة جزء أو بعض أجزاء الرسالة بطريقة مختلفة وجديدة.
- أن يختار المعلم الوقت والمكان المناسبين للتلاميذ لاستقبال الرسالة.
- أن تسمح للتلاميذ بالمشاركة الفعالة.

قناة الاتصال أو الوسيلة (Communication Channel / Media)

وهي الأداة التي تحمل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، ومن أمثلة قنوات الاتصال التي تستخدم في مواقف الاتصال التعليمي: الكتب، المجلات، الصحف، التلفزيون، الراديو، الحديث الشفهي، الحاسوب، الإنترنت. وتتكون قناة الاتصال من أكثر من أداة اتصال: فمثلاً في الموقف الاتصالي التعليمي عندما يشرح المعلم الدرس، يعتبر الجهاز الصوتي للمعلم هو الأداة الأولى، ثم الهواء الذي يحمل الرسالة الأداة الثانية ثم الجهاز السمعى للمستقبل هو الأداة الثالثة. وتعتبر الحواس الخمس هي القنوات الناقلة للرسالة في عملية الاتصال. وتلعب الأجهزة دوراً في عملية الاتصال حيث تزيد من سعة الحواس، فمن طريقها يستطيع الإنسان الاتصال من بعد كالرؤية من بعد والسمع من بعد، مثل التليفون والتلفاز. ومن العسير فصل قناة الاتصال عن لغة الاتصال، فلا توجد لغة بدون أداة، فبدون الجهاز الصوتي لا يمكن للإنسان أن يخرج لغة لفظية تفهم، بل إن أي عطب في جزء من هذا الجهاز يشكل صعوبة في إلقاء الرسالة كمنقوطة سنة من الأسنان فالعلاقة تكاملية بين اللغة والأداة وغير قابلة للفصل. واللغات هي مزيج من تفاعل بين الأفكار وأدوات نقلها.

ومن العوامل التي قد تؤثر سلباً في الأدوات التي تنقل الرسالة، عملية التشويش (Noise) فلا تصل الرسالة واضحة، فمرور القطار بجوار المدرسة قد يؤثر على الاستماع الجيد للتلاميذ، كما أن بعض المعلومات التي تحمل تفاصيل غير ضرورية يمكن أن تحدث تشويشاً للرسالة. ويجب أن تتوفر في الوسيلة بعض الصفات أو الخصائص التي تحكم جودتها ومناسبتها للموقف التعليمي ومنها:

- أن تكون الوسيلة التعليمية نابعة من المنهج الدراسي وتؤدي إلى تحقيق الهدف منها كتقديم المعلومات أو بعض المهارات.
- أن تشوق المعلم وترغبه في الإطلاع والبحث والاستقصاء وتساعد على استنباط خبرات جديدة.
- أن تربط الخبرات السابقة بالخبرات الجديدة.
- أن تجمع بين الدقة العلمية والجمال الفني مع المحافظة على وظيفة الوسيلة.
- أن تكون رخيصة التكاليف متينة الصنع.
- أن تكون الوسيلة مناسبة ليستفاد منها في أكثر من مستوى.
- أن يتناسب حجمها أو مساحتها أو صوتها وعدد الدارسين.
- أن تتناسب الوسيلة والتطوير التكنولوجي والعلمي للمجتمع.
- أن تكون الوسيلة واقعية أو قريبة من الواقع.

المستقبل (Receiver/ Decoder/ Destination):

وهو العنصر الرابع من عناصر الاتصال، وهو الشخص أو مجموعة الأشخاص التي تتلقى الرسالة، ودور المستقبل هو فك رموز الرسالة ومحاولة فهم محتواها والتأثر بها، فهو أساس تصميم الرسالة فكل عناصر عملية الاتصال تعمل من أجل المستقبل (التلميذ).

ويجب أن تتوفر لدى المستقبل بعض النقاط أو الشروط الهامة:

- تأهب المستقبل واستعداده لاستقبال الرسالة.
- امتلاكه الخبرة اللازمة للاستقبال الجيد للرسالة.
- القدرة على الإنصات الجيد للآخرين.
- القدرة على تبادل الأدوار مع مرسل الرسالة.
- القدرة على التفكير الناقد والابتكار.
- شعوره بأهمية الرسالة.

- تمكنه من اللغة اللفظية (شفهية وتحريرية) وغير اللفظية (إشارات وحركات...) بالقدر الذي يمكنه من استقبال الرسالة.

هذه هي الأربعة عناصر الرئيسية في عملية الاتصال في كلا النموذجين التقليدي والحديث (مع ملاحظة اختلاف طبيعة الأنوار في كلا النموذجين أي أن دور المرسل مثلاً في النموذج التقليدي يختلف عن دور نظيره في النموذج الحديث)، فإذا توقفت عملية الاتصال عند هذا الحد - أي اقتصر استقبال المستقبل للرسالة دون رد فعل منه فإنها تمثل النموذج التقليدي للاتصال والذي يقتصر على قيام المعلم بالشرح والإلقاء والتلقين والتكرار وقيام التلميذ بالاستماع والإنصات والخضوع والحفظ والاستظهار بدون أي مناقشات أو حوارات بينه وبين المعلم فبذلك تسير عملية الاتصال في اتجاه خطي وتنتهي عند استقبال التلميذ للرسالة ولا يهتم المعلم بحدوث أثر أو تعديل في سلوك التلميذ من خلال تلك العملية.

التغذية الراجعة (Feedback):

وهي رد فعل المستقبل على الرسالة وفي هذه الحالة يصبح مرسلًا وتكتمل دائرة الاتصال الأولى، وتفتح دائرة الاتصال الثانية وهكذا، والتغذية الراجعة قد تكون إيجابية (الموافقة والقبول مثل إجابتك صحيحة، برفو، تحريك الرأس من اليمين إلى اليسار...) وبالتالي تمثل التغذية الراجعة التفاعل والاستمرارية بين عناصر الاتصال، وتجعل عملية الاتصال دائرية حيوية ومستمرة مما يؤكد على أهمية تطبيق النموذج الحديث للاتصال التعليمي في فصولنا وقاعاتنا الدراسية بمراحلها المختلفة.

وللتغذية الراجعة فائدة كبيرة في الموقف التواصلية:

- تمكن المعلم من معرفة تأثير رسالته على تلاميذه من خلال استجاباتهم المختلفة.

- تؤكد على أن عملية الاتصال هي عملية تبادل للأدوار فمن كان مرسلًا يصبح بعد ذلك مستقبلًا ومن هو مستقبلًا يصبح بعد قليل مرسلًا وبالتالي تتحقق عملية التفاعل الإيجابي بين المعلم والتلميذ.

أنواع الاتصال:

أولاً: نوع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة

1- اتصال لفظي:

ويدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التي يدخل فيها اللفظ أو الكلمة كوسيلة للاتصال، أو لنقل رسالة من المرسل للمستقبل، ولا يجب أن ننسى أن الاتصال اللفظي يجمع بجانب الألفاظ المنطوقة الرموز الصوتية، فعبارة " أهلاً وسهلاً " قد تقال بنبرة صوت تحملها دلالات مختلفة عن معناها الأصلي

2- الاتصال غير اللفظي:

ويدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة غير اللفظية، مثل:

- لغة الإشارة: وهي تتكون من مجموعة الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان للاتصال بغيره.
- لغة الحركة والأفعال: وتتضمن جميع الحركات التي ننقل بها معان أو مشاعر، لمستقبل الرسالة.
- لغة الأشياء: مثل ارتداء الملابس الموداء ودالاتها، أو وضع أدوات من عصر معين فوق المسرح؛ لتوحي للمشاهد بزمان المسرحية.

ثانياً: نوع الاتصال من حيث حجم المشاركين في العملية الاتصالية:

1- الاتصال الذاتي:

وهو الاتصال الذي يحدث داخل الفرد، أو بين الفرد ونفسه.. أى أنه الاتصال الذي يحدث داخل عقل الفرد ويتضمن أفكاره وتجاريه ومذكراته.

2- الاتصال الشخصي:

وهو الاتصال المباشر، أو الاتصال المواجهي، حيث يمكن فيه أن نستخدم حواسنا الخمس، ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين شخصين أو أكثر، في موضوع مشترك، ويتيح أيضا فرصة التعرف السريع والمباشر على تأثير الرسالة، مما يتيح فرصة أمام القائم بالاتصال لتعديل رسالته، لتصبح أكثر فاعلية وتأثير.

3- الاتصال الجمعي:

وهو يحدث بين مجموعة من الأفراد مثل أفراد الأسرة زملاء الدراسة أو العمل، حيث يتاح المشاركة للجميع في الموقف الاتصالي.

4- الاتصال العام:

ويعنى وجود الرد مع مجموعة كبيرة من الأفراد، كما هو الحال في الندوات والمحاضرات والمسارح.

5- الاتصال الجماهيري:

وهو عملية الاتصال التي تتم عن طريق استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، وهو يتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة، وبسرعة فائقة، مع مقدرة على خلق رأى عام.

6- الاتصال الوسيط:

وهو يحتل مكانا وسطا بين الاتصال المواجهي، والاتصال الجماهيري، وهو يشمل الاتصال السلبي من نقطة إلى أخرى، مثل الهاتف والتلكس....

أهداف عملية الاتصال:

- إن الغرض الأساسي من عملية الاتصال، هو إحداث تغيير في البيئة، أو في الآخرين. فالمرسل يقصد من إرساله التأثير في مستقبل معين (محدد)، لذلك يجب التمييز بين مستقبل مقصود، وآخر غير مقصود، في عملية الاتصال،

إذا يجب أن تصل الرسالة إلى الطرف المقصود، وليس غيره حتى تؤدي الرسالة غرضها..

- وتهدف أيضاً، إلى إحداث تفاعل بين المرسل والمستقبل من حيث الاشتراك بفكرة، أو مفهوم، أو رأي، أو عمل ..

- تهدف إلى أن يؤثر أحد طرفي الاتصال في الطرف الآخر، بحيث يؤدي هذا التأثير إلى إحداث تغيير إيجابي في سلوك المتعلم أو المتدرب. لذا فعملية التعليم والتعلم هي عملية اتصال، وتبادل للمعلومات بين الموجه والطلّاع عن طريق استخدام الأنفاظ، والرموم، والصور والأفلام، والمجسمات، والأجهزة، والآلات والمواد... إلى غير ذلك.

أهمية الاتصال:

1- يمكن للاتصال فتح المجال للاحتكاك البشري، وفتح الفرصة للتفكير والإطلاع والحوار وتبادل المعلومات في شتي المجالات والميادين.

2- يتيح الاتصال الفرصة لتعرف آراء الآخرين وأفكارهم عن طريق الحركة التي يحدثها علي شكل حوار ونقاش بين طرفين من الناس أو مجموعة مع أخرى. كما أن الاتصال يفسح لكل فرد المجال للمشاركة في الحوار والنقاش، مما يساعده علي تكوين شخصيته المستقلة والناضجة في المجتمع .

3- يساعد الاتصال الأفراد والمجتمعات علي نقل الثقافات والعادات والتقاليد واللغات من وإلى المجتمعات الأخرى.

4- يستخدم الاتصال من خلال وسائله الجماهيرية المتعددة التأثير كوسيلة إعلان ناجحة.

5- تلعب وسائل الاتصال المختلفة دوراً هاماً في عملية الإنماء، حيث يعد الإنماء حركة تغيير وتطوير للمجتمع في حقل معين يصب في قنات التنمية الشاملة.

6- تلعب وسائل الاتصال المتقدمة في العصر الحاضر دوراً بارزاً في تطوير الأنظمة التربوية، وبخاصة في مجال التعليم عن بعد، وتحقيق ما يسمى الجامعة المفتوحة.

أشكال الاتصال:

يلخذ الاتصال أشكالاً متعددة، منها:

1- الاتصال الأعلى (الروحاني): وهو اتصال المخلوق بالخالق، ويتم هذا الاتصال بطريقة غير مباشرة من خلال العبادة، والتأمل، والدعاء.

2- الاتصال الذاتي: وهو الاتصال الذي يتم بين الفرد وذاته. أي عن طريق الاتصال الداخلي مع الذات (الأنا، والأنا الأعلى، الهو). ويشمل العمليات العقلية الإدراكية الداخلية، كال تفكير، والتخيل والتصور. وكل فرد يمر بهذه العملية عندما يكون بصدد الإعلان عن رأي، أو اتخاذ قرار ما أو اتجاه معين.

3- الاتصال الشخصي (الفردى): وهو الاتصال الذي يتم بين شخصين، أو فردين وهو من أكثر أنواع الاتصال شيوعاً وهو نوعان:

أ- مباشر: ويتم مواجهة حيث أن المرسل والمستقبل، يكونان في المكان نفسه، والاتصال يتم وجهاً لوجه حيث إن المرسل يحصل على رد فعل مباشر من المستقبل. ويمكن أن يصبح مستقبلاً، ويعود ويصبح مرسلًا.

ب- غير مباشر: ويتم عن طريق واسطة ما كالهاتف، أو المراسلة، أو التخاطب بالحاسوب. وفي هذا النوع لا يكون هناك مواجهة بين المرسل والمستقبل والتغذية الراجعة تكاد تكون محدومة، وإذا ما حدثت تحدثت في وقت متأخر.

4- الاتصال الجماعي: وهو اتصال يتم ما بين شخص، وعدد من الأشخاص المتواجدين في المكان نفسه، وعادة ما يوجد تعارف بين المرسل ومجموعة

المستقبلين (أي أن المجموعة المستهدفة معروفة من قبل المرسل والمرسل معروف للمستقبلين).

5- الاتصال الجماهيري: وهو اتصال يتم ما بين شخص، وعدة مئات، أو آلاف، أو ملايين من البشر، لا يتواجدون في المكان نفسه، ويكون المرسل معروفاً لدى المستقبلين، بينما المرسل لا يعرف المستقبلين، كما يحدث في وسائل الإعلام، مثل التلفاز، والمذياع، والصحافة. هذا، ويكمنه الاتصال باتجاه واحد فقط (من المرسل إلى المستقبلين)، ولا يحدث العكس ورد الفعل غير معروف بالنسبة للمرسل.

الشروط الواجب توافرها في المستقبل:

- الراحة الجسمية والنفسية.
 - شعور المستقبل بأهمية الرسالة وما تحمله من خبرات، أو معلومات، أو أفكار.
 - أن تكون لدى المستقبل اتجاهات إيجابية نحو نفسه، ونحو المرسل.
- وبصورة عامة يعد نجاح الرسالة علي كون المستقبل إيجابياً، وفعالاً في أثناء نقل الرسالة.

ومن أهداف الاتصال الإداري والتربوي:

يتمثل الهدف الأساسي للاتصال الإداري في نقل المعنى، فالإنسان ينشغل طول حياته في محاولة فهم الآخرين، وإتاحة المجال أمام الآخرين لفهمه، وتتأثر طبيعة الإنسان والاتجاهات التي يكونها والآراء التي يعبر عنها ونجاحه وفشله في الحياة بمدى براعته في فن الاتصال، ومعنى ذلك أن الفشل في توجيه الحياة من خلال عملية الاتصال الإداري لا يؤدي إلى إخفاق في نوع ملائم من التكيف الاجتماعي فحسب، بل ربما يصاحبه تفكك في الشخصية كما أن الاتصالات ظاهرة اجتماعية ضرورية حيث لا يستطيع أي فرد أن يعيش بمعزل عن الآخرين، والاتصالات أيضاً عملية معقدة حيث أنها تزاوِل بمعرفة أفراد يصعب للتنبؤ

بسلوكياتهم نظرًا لما يتصفون به من اختلاف وتباين في الشخصية والسلوك والدوافع والاستعداد والتعلم والقيم والمعتقدات والإدراكات والأفكار والآراء.

ولخصت (عماد الدين) أهداف الاتصال الإداري في المؤسسة التربوية على النحو التالي:

- 1- تسهيل عملية صنع القرارات في المؤسسة التربوية وضمان تنفيذها، فالإتصال هو الإطار العملي لعمليات صنع القرارات التي لا يمكنها أن تتم دون توافر معلومات تساعد على تشخيص المشكلة، ورجوع البيانات حولها، لاتخاذ القرار الأنسب، ومن ثم إيصال القرار ونقله للفئات المعنية.
- 2- توعية أفراد المؤسسة التربوية وإعلامهم بكل ما يتعلق بغاياتها، وخططها، وأهدافها، وبرامجها، وفعاليتها، ومخرجاتها، ونواتجها، إضافة إلى تعريفهم بمسؤولياتهم وصلاحياتهم والتزامهم وحقوقهم وامتييازاتهم ضمن إطار العمل المؤسسي.
- 3- تحقيق للتفاعل الإيجابي بين المستويات الوظيفية كافة في المؤسسة التربوية، بما فيها الإدارة العليا وصانعي القرار، والإدارة الوسطى، والإدارة التنفيذية، والعاملين في مختلف أنحاء المؤسسة.
- 4- تعريف المديرين بمستويات الإنجاز والنتائج المتحققة وتسهيل متابعتها، ومقارنتها.
- 5- تمكين العاملين في المؤسسة التربوية من التعبير عن مشاعرهم وحاجاتهم ومقترحاتهم وردود أفعالهم، تجاه ما يجري في مؤسساتهم، ومدى رضاهم عن سير العمل والعلاقات داخلها.
- 6- توفير إطار علمي يحقق التفاعل الإيجابي البناء بين المؤسسة التربوية وبيئتها، مما يحسن مواقف جمهور المستفيدين، ويطور اتجاهاتهم، ويعزز دعمهم وتقديرهم لها.

ويضيف (الجبوسي وجاد الله) أهداف الاتصال الإداري على الصعيد الوظيفي الإداري فيما يلي:

- 1- نقل المعلومات والتأكد من تحقيق التعاون بين الأفراد.
- 2- قيادة وتوجه الأفراد والتنسيق بين جهودهم وحفزهم للعمل.
- 3- تحقيق التفاهم بين الإدارة والعاملين وبين أعضاء الإدارة العليا.
- 4- إقامة الثقة والاحترام والتفاهم بين المنظمة والمجتمع.
- 5- تهيئة المناخ التنظيمي الجيد لتحقيق الرضا في العمل ورفع الروح المعنوية.
- 6- إتخاذ القرارات اللازمة.
- 7- شرح أهداف وخطط المنظمة للعاملين.
- 8- تغيير اتجاهات وآراء الأفراد نحو العمل.
- 9- نقل اقتراحات وشكاوي العاملين إلى الإدارة العليا.
- 10- الاستشارة ومناقشة المشاكل.
- 11- يستخدم كوسائل حفز من الإطراء والتأنيب.

العوامل التي يتوقف عليها نجاح عملية الاتصال:

يتوقف نجاح عملية الاتصال على عدة عوامل أهمها ما يلي:

1- لغة التخاطب بين المرسل والمستقبل:

والمقصود هنا اللغة التي يتحدث بها المرسل مع المستقبل، واللغات عدة منها العربية والإنجليزية والفرنسية فإذا كانت اللغة برموزها ودلالاتها ومفاهيمها واضحة ومفهومة للطرفين كان ذلك عاملاً مساعداً في نجاح عملية الاتصال والعكس بالعكس.

هب أنك علمت أن خبيراً سيقى محاضرة عن موضوع أنت تحبه وذهبت لمكان المحاضرة وجاء الخبير إلا أنه تحدث باللغة الفرنسية وانت لا تعلم

شيئاً عن هذه اللغة أو معرفتك ضعيفة بها فهل ستفهم تلك المحاضرة بوجه كامل... الإجابة بالنفي.

وإذا كان المعلم يستخدم مصطلحات ورموز لا يعلمها التلميذ ولا سيعرف عنها شيئاً أو إذا كانت التراكيب اللغوية والتشبيهات والصور البلاغية التي يستخدمها المعلم لا يعرف عنها التلميذ شيئاً فإنه من الصعب أن يفهم ما يقدمه المعلم.

وهب أنك ذهبت إلى المكتبة واستعرت كتاباً في الفلسفة وذهبت إلى منزلك لقراءته فوجدت المؤلف استخدم لغة ومصطلحات ومعان وأفكار لا تعلم عنها شيئاً فهل ستستوعب ما في الكتاب وهي ستخرج من قراءته بفهم كامل.. الإجابة بالنفي.

ولذا فنحن نوصي كل معلم باستخدام اللغة و المصطلحات التي يتجاوب معها التلاميذ ويستطيعون فهمها واستيعابها.

2- المستوى الثقافي والعلمي للمرسل والمستقبل:

لكل فرد منا مستوى ثقافي وعلمي معين فإذا تقارب ذلك المستوى بين المرسل والمستقبل فإن ذلك عاملاً مفيداً في تقارب التفاهم بين الطرفين والعكس بالعكس.

هب أن أستاذاً بالجامعة يتحدث عن قوانين الحركة أو نظرية الضوء أو نظرية فيثاغورث أو النظرية السلوكية في علم النفس، وكان من بين الحضور رجلاً أمياً فهل يفهم الأمي النظرية وهل سينجح معه عملية الاتصال... الإجابة بالنفي.

وهب لنا أنك تستمع في التلفزيون إلى عالم يتحدث عن الهندسة الوراثية فوائدها وعيوبها فهل يفهم غير المتعلم تلك الرسالة بشكل جيد؟ أجب أنت؟

3- توافر مهارات معينة لدى كل من المرسل والمستقبل:

الواجب أن تتوافر لدى المرسل (المعلم مثلاً) مهارة التحدث والكتابة أو مهارة الفك والتركيب أو مهارة إجراء التجارب أو مهارة استخدام آلة معينة بما يساعد على توصيل رسالته بصورة جيدة، كما يجب أن تتوافر لدى المستقبل مهارات مثل القراءة والكتابة والإستماع والمهارات الأدائية ويلزم توافر تلك المهارات من الطرفين معاً فإذا أتيقن المعلم مهاراته فقد التزم بالتلك المهارات فلا جدوى من عملية الاتصال.

انظر مثلاً للمعلم الذي يبذل قصارى جهده في الشرح والتوضيح وضرب الأمثلة والمناقشة وإجراء التجارب بينما التلميذ منصرفاً عنه وغير مهتم بما يحدث من المعلم... هل سيستفيد ذلك التلميذ شيئاً...

أجب أنت؟

4- جودة أداة النقل:

يقصد بأداة النقل الوسيلة التي تستعمل لنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل فإذا كانت الأداة جيدة وسليمة وليس بها أعطال كان ذلك عاملاً من عوامل نجاح الاتصال.

وسنمطي مثالا على ذلك:

هب أنك تريد إرسال رسالة تليفونية إلى أخيك الذي سكن في مدينة بعيدة وحينما جئت لتستخدم التليفون سمعت منه صفيراً وأزيزاً وأصواتاً غريبة فهل ستصل الرسالة بصورة جيدة... أجب أنت.

وهب أن المعلم أراد أن يستخدم الراديو لنقل رسالة للتلاميذ فأحضر إليه العامل جهاز قديماً وعندما قام المعلم باستعماله فوجيء بتداخل محطات الإرسال وسمع منه صفيراً متواصلاً بل سمع تداخل الصوت والصفير كما

فوجيء بذهاب الإرسال وعودته مرة بعد الأخرى فهل تستصل الرسالة بصورة جيدة للتلاميذ. ..الإجابة بالنفي.

ولذا فنحن نوصي كل معلم بالتدقيق جيداً في اختيار أداة لنقل الرسالة لتكون عاملاً مساعداً لا معوقاً في إنجاح عملية الاتصال.

5- تنوع وسائل الاتصال:

من العوالم التي تساعد على نجاح عملية الاتصال تنوع وسائل الاتصال أي الواجب ألا تستخدم قناة اتصال واحد طوال الوقت لأن النوع مثير ويؤدي إلى جنب انتباه التلاميذ باستمرار فالمعلم الذي يستخدم الكلام طوال الحصة يصاب تلاميذه بالملل والفتور ولذا عليه أن ينوع في استخدامه للوسائل فتارة يستخدم الإلقاء وتارة يستخدم المناقشة وتارة يسأل التلاميذ وتارة يعرض وسيلة تعليمية وتارة يقوم هو بأداء العمل وتارة يكلف تلاميذه بعمل ما وهكذا باستمرار.

6- ألا يظل المرسل مرسلًا والمستقبل مستقبلًا طوال الوقت:

من المهم تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل فمرة يكون المرسل مستقبلًا ومرة يكون مستقبلًا وكذلك المستقبل يستقبل تارة ويرسل الأخرى فالمعلم تارة يقدم المادة التعليمية وتارة يتلقى استفسارات تلاميذه، وهكذا باستمرار. ومن حق المعلم أن يدلي برأيه ومن حق التلميذ ذلك أيضاً ومن حق المعلم أن يسأل التلاميذ ومن حق التلاميذ أن يسألوه أيضاً.

وعلينا أن نعي جيداً أن تبادل الأدوار يساعد في نجاح عملية الاتصال، فهل ذلك يحدث في فصولنا الدراسية.. أجب عن ذلك.

7- توافر اتجاهات إيجابية في موقف الاتصال:

يلزم لنجاح عملية الاتصال توافر عدة اتجاهات موجبة مثل:

أ- اتجاه إيجابي من المرسل نحو المستقبل: وهذا يعنى حب المعلم للمتعلم وتقبله آياه والاهتمام به وعدم تعاليه على تلاميذه وسعادته بهم وتفاعله معهم، ومساعدتهم في حل مشكلاتهم.

ب- اتجاه إيجابي من المستقبل نحو المرسل: وهذا الأمر مكمل للأمر السابق لأن عدم قابلية التلاميذ للمعلم وكراهيتهم له ونفورهم منه وعدم احترامهم له يؤدي إلى عدم فهمهم وعدم تقبلهم للرسالة. وعلى المعلم الجيد أن يحرص على حب تلاميذه له وتعلقهم به وانتظارهم لدروسه بفارغ الصبر.

ج- اتجاه المرسل والمستقبل نحو الرسالة: فالمعلم حين يكون مؤمناً بقيمة الرسالة التي يقدمها للتلاميذ مؤمناً بهدفها وفائدتها وأهميتها فإنه يتحمس لها وينفعل بها وي بذل قصارى جهده من أجل توصيلها إلى التلاميذ وهذا بعكس المعلم الذي ليست لديه قناعة بما يقوم بتدريسه وكذلك التلميذ إذا كان مقتنعاً بما يدرس وبفائدته فإنه يقبل على الدراسة بتحمس وانفعال وشغف وحب.

وهنا نؤكد على دور المعلم في تحبيب تلاميذه لما يدرسه وأن يحاول جاهداً ترغيبهم وتشويقهم للدراسة مستخدماً ما يلزم من وسائل وإجراءات وطرق.

العوامل المؤثرة في عملية الاتصال:

تخضع عملية الاتصال لعوامل عدة، وهذه العوامل إما أن تزيد من كفاءة عملية الاتصال أو تقلل من تلك الكفاءة ومن هذه العوامل ما يلي:

1. التشويش/ الضجيج Noise

وهو من أهم العوامل المؤثرة في مدى وضوح الرسالة المنقولة من المصدر، ومدى استيعابها من قبل المستقبل كما في الشكل. وقد يأخذ أشكالاً عديدة إلا أنه ينقسم إلى قسمين رئيسيين هما:

(أ) التشويش الداخلي.

(ب) التشويش الخارجي.

(أ) التشويش الداخلي:

وهذا يشمل العوامل الفسيولوجية والنفسية للشخص المتلقي للرسالة، فوجود عوائق فسيولوجية قد تحد من دقة الاستقبال للرسالة، وبالتالي فهمها من قبل المستقبل. ومن هذه العوائق ضعف النظر أو السمع، وانخفاض درجة الذكاء IQ والآلام والجوع والعطش وما إلى ذلك من العوامل العضوية. أما العوامل النفسية فهي كذلك تلعب دوراً مهماً في درجة تفهم الرسالة المنقولة، فالشرود الذهني، والمشاكل الاجتماعية، والشعور بالملل، والخوف، والقلق، هي من بعض العوامل النفسية التي تحد من درجة بلوغ هدف الرسالة للرئيس وتفهيمه.

(ب) التشويش الخارجي:

ويشمل جميع العوامل الخارجية التي تقلق الشخص المتلقي للرسالة مثل: الأصوات المزعجة، ودرجة الحرارة والرطوبة، وضعف الإضاءة أو شدتها، والقاعة، والمقاعد، والبعد أو القرب من مصدر الرسالة، والوقت الذي ترسل فيه الرسالة، كل هذه العوامل تقلل من مدى تفهم الشخص لغرض الرسالة وهدفها المعني بالرسالة.

2. الدقة في نقل الرسالة Fidelity

عند إعداد الرسالة يجب أن يراعي تحري الدقة في نقل المعلومات وتكوينها، وحتى إرسالها إلى المستقبل، فتسلسل الأفكار وتدعيمها بالأمثلة والبراهين، وربط المفهوم بالواقع في شرح الموضوعات، وتبسيط الحقائق العلمية، عوامل مهمة في تقريب المعلومات إلى ذهن متلقيها، وبالتالي نصل إلى الهدف المنشود من نقل الرسالة. وكما أسلفنا قد لا تكون الرسالة المنقولة ألفاظاً، بل قد تكون رموزاً، أو شواخص إرشادية، أو تحذيرية، مثل لوحات الإرشاد المروري أو التحذير من خطر

التخمين، أو إشارات ضوئية مثل إشارات المرور بألوانها الثلاثة المتفق عليها. آنذاك يستلزم إعداد هذه الشواخص والرموز إعداداً جيداً، وطالما أن المعلومات المستخدمة في هذه الحالة مستقاة من مصادر موثوقة تعتبر بحد ذاتها المصدر الرئيسي للمعلومات المرسله. فمثلاً الإشارات المرورية الضوئية تعطي معلومات مصدرها الأساسي هو إدارة المرور. ولوحات ممنوع التخمين في قاعة الدراسة، والممرات في الكلية، هي معلومات وتحذيرات مصدرها إدارة الجامعة. وتفسير جميع هذه المعلومات أو الاستجابة لها من قبل المستقبل يكون تفسيراً حسياً، في الوقت الذي يكون إعدادها قد تم بأسلوب حركي حسي، إلا أن بعض الاستجابات للمعلومات المرسله قد تكون حركية، وذلك عندما تأخذ عملية الاتصال الأسلوب الديناميكي المرتد.

3. مهارات الاتصال Communication Skills

إن مهارات الاتصال إلى جانب أنها موهبة، فإنها كذلك مهارة مكتسبة، تلعب العوامل الثقافية والاجتماعية دوراً مهماً في درجة اكتساب الفرد لها، فكم من متحدث أو خطيب أكتظ مجلسه بالمستمعين، وأخر أخذ مستمعوه بالتناقص قبل أن ينتهي من حديثه.

ومهارات الاتصال لا تكمن في الحركات واختلاف نبرات الصوت، والتشديد على النقاط المهمة فحسب، بل بربط الحديث بواقع الحياة اليومية، واستخدام الجمل الإخبارية إلى جانب الجمل الاستفهامية، كل ذلك مهارات يتمتع بها بعض المعلمين، وحرّم منها آخرون، وهي ما يجب أن يتحلّى بها المعلم، فكلما نجح في إتقان هذه المهارات كانت درجة الاستجابة لدى الطلاب أكبر، وذلك لتوافر عنصر التشويق والانتباه. إن استخدام الوسائل التعليمية ساعد في تقريب الفجوات الناتجة عن الفروق الفردية بين المعلمين، فكانت العلاج الملائم لهذه المشكلة.

محفقات الاتصال:

يحتاج الاتصال في المواقف التعليمية داخل الفصل الدراسي أو خارجه إلى تهيئة الجو المناسب لانتقال الرسالة من المعلم إلى المتعلم ورد فعل المتعلم حتى يؤدي إلى وضوح وسهولة الرسالة، ولذلك من الضروري مراجعة ووضع حلول مناسبة لبعض العوائق التي قد تؤدي إلى فشل إتمام عملية الاتصال بفاعلية، ومن أهم هذه العوائق:

1- استخدام المعلم الطريقة التقليدية:

يعتمد عدد غير قليل من المعلمين على الطريقة اللفظية في عرض المادة العلمية (محتوى الرسالة) فيقوم المعلم بالإلقاء والتلقين اعتمادا على استخدام الرموز والألفاظ الجافة والمجردة مع عدم استخدام اللغة غير اللفظية لتسهيل فهم هذه المعاني من قبل التلاميذ، كل هذا يدفع التلاميذ إلى الانصراف عن الموقف التعليمي والشعور بعد الدافعية، وعدم الإحساس بأهمية وقيمة ما يتم تعلمه.. فما العمل؟

2- عدم مراعاة الفروق الفردية بين التلاميذ:

قيام المعلم بالإلقاء اللفظي لمحتوى الرسالة وبطريقة واحدة، يجعل عددا كبيرا من التلاميذ لا يستطيعوا فهم ومتابعة هذه الرسالة، ومن جانب آخر قد تكون هذه الرسالة بعيدة عن خبرات التلاميذ وكذلك ما يقدمه المعلم من أمثلة قد تبتعد عن واقع التلاميذ، فيعتبر ذلك عائقا عن إتمام عملية الاتصال.. فما العمل؟

3- شرود ذهن التلاميذ:

نتيجة للفظية الزائدة من قبل المعلم، وعدم استخدامه للوسائل التعليمية والخبرات التعليمية المباشرة، وعدم استعداد التلاميذ لاستقبال الرسالة، ومعرفتهم السابقة بالرسالة أو المرسل، يؤدي ذلك إلى شرود ذهن التلاميذ وعدم الانتباه والتركيز في الموقف التعليمي وقد الثقة بالمعلم.. فما العمل؟

4- الظروف الفيزيائية للفصل الدراسي:

إن وجود أعداد كبيرة من التلاميذ في فصول صغيرة الحجم وعلى مقاعد غير مريحة، وعدم الرؤية الواضحة للسيورة، وارتفاع السيورة ومكانها غير المناسبين، وسوء التهوية وعدم تنظيم البيئة الصفية يترتب عليه عدم نجاح عملية الاتصال التعليمي.. فما العمل؟

5- عدم كفاية المعلم الأكاديمية في أداء وظيفته:

إن عدم إلمام المعلم بتخصصه إماما جيدا يؤدي إلى صعوبة توصيل الرسالة إلى تلاميذه وفقد الثقة به.. فما العمل؟

6- عدم كفاية المعلم المهنية في أداء وظيفته:

إن عدم قدرة المعلم على إدارة الصف والتحكم في تلاميذه، وانخفاض صوت المعلم، وعدم وضوح نبرات الصوت، وعدم القدرة على الاستخدام الجيد للسيورة، وعدم القدرة على التحدث بلباقة ووضوح، وعدم الكتابة الصحيحة يترتب عليه فشل عملية الاتصال بينه وبين تلاميذه.. فما العمل؟

7- وجود بعض الإغلاقات لدى التلاميذ:

إن ضعف بعض الحواس لدى التلاميذ مثل طول أو قصر النظر أو ضعف السمع يؤدي إلى عدم نجاح عملية الاتصال بالشكل الذي يحقق أهدافها.. فما العمل؟ وضع الطالب في المقعد الأول.

أهمية الاتصالات:

تُوجد الاتصالات حولنا في كل الأرجاء، فأغلب المدن الكبرى بها على الأقل جريدة واحدة يومية. وكثيراً ما نرى سعاة البريد يسلمون البريد. ويحتوي الهواء من حولنا على إشارات تلفازية غير مرئية، يمكن أن يلتقطها جهاز التلفاز، ويحولها إلى أصوات وصور. كما أننا نستخدم الاتصالات بطرق عديدة في المنزل، والمدرسة، والأعمال، والصناعة، وفي الشؤون العالمية.

في المنزل:

نستعمل أنواعًا عديدة من الاتصالات الشخصية والعامة في المنزل. فالمذياع المزود بمساعة، قد يوقفنا في الصباح ويُعرفنا الوقت والطقس المتوقع، وينقل أخبار اليوم. ويسمح لنا الهاتف بالتحدث مع أشخاص قريبين أو بعيدين عنا. وقد تخبرنا مذكرة من أحد أفراد الأسرة أن صديقًا قد اتصل أو تُذكرنا بميعاد. تنتج الصحف أنواعًا عديدة من الاتصالات. فبعض المقالات تزودنا بالمعلومات في مجال الأخبار، ويطرق إعداد الطعام. كما تزودنا مقالات أخرى، بأنواع الفكاهة، والمتعة كالمسلسلات الهزلية، والمقالات المضحكة.

ويُشاهد ملايين الناس التلفاز للترفيه في أوقات فراغهم، إلا أن التلفاز يقوم بتزويد المشاهدين بفوائد أكثر من مجرد الترفيه. فيحصل أغلب الناس على جزء كبير من الأخبار عن طريق البث الإخباري التلفازي. وتزود الإعلانات التلفازية الناس بالمعلومات عن المنتجات والخدمات.

في المدرسة:

يستخدم المدرسون مجموعةً متنوعةً من طرق الاتصالات، لمساعدة تلاميذهم على التعلم. فكثيرًا ما يحاضرون للفصل بكامله، أو يُوجهون مناقشةً جماعية، وفي أوقات أخرى يساعد المدرسون تلاميذهم بشكل فردي.

وتعد الكتب المدرسية المقررة، من أكثر وسائل الاتصال العامة استعمالًا في المدارس. وكذلك يستخدم المدرسون وسائل اتصال أخرى عديدة، مثل الشرائح، والملصقات، والتسجيلات الصوتية والمرئية، والأفلام. وتُطلّع الأفلام التعليمية الطلبة على تجارب عديدة لا يمكنهم الحصول عليها في الحياة. ويُعيد الممثلون والممثلات تجسيد الأحداث المهمة في التاريخ، كموقعة القادسية أو حياة عمر المختار. وتأخذ الأفلام الطلبة إلى عوالم بعيدة، كقاع المحيط، أو القطب الجنوبي.

كما تُظهرُ الرسوم المتحركة عمليات لم يكن من الممكن أن يراها التلاميذ بطريقة أخرى، مثل حركة محرك السيارة، أو مقاومة الجسم البشري للجراثيم.

ويحتوي العديد من غرف الدراسة على أجهزة تلفزيونية تستقبل دروسًا معدة خصيصًا عن طريق تلفاز الدائرة المغلقة. وهذا الإرسال التلفزيوني يُرسل عبر الأسلاك إلى عدد محدود من المشاهدين، ولا يثبت على الهواء. كما يشجع المدرسون تلاميذهم على مشاهدة البث التلفزيوني، للأحداث المهمة، كإطلاق سفينة فضاء، أو خطاب يلقيه رئيس الحكومة.

في الأعمال والصناعة:

لكل الأعمال الكبرى تقريبًا عمال منتشرون في أكثر من مكان، مثل الموظفين الذين يعملون في المكاتب الفرعية، أو مندوبي المبيعات الذين يزورون العملاء؛ لذلك تحتاج الأعمال إلى اتصالات سريعة موثوق بها. ويتم الكثير من اتصالات الأعمال بوساطة الهاتف، أو بوساطة أجهزة تُسمى الطابعات عن بعد أو آلات الفاكسميلي التي تُرسل وتستقبل رسائل مكتوبة عبر الأسلاك. وباستخدام هذه الوسيلة للاتصالات، يمكن للمؤسسات المتعددة الفروع أن تُغير سعر أحد الأصناف في جميع فروعها في دقائق معدودة. وكان هذا الأمر - قبل أيام الاتصالات السريعة - يستغرق عدة أسابيع لإبلاغ كل فرع.

وللعديد من الأعمال دائرة اتصالات، تتكون من اثنين أو أكثر من الحواسيب، متصلة بخطوط هاتفية خاصة. وتتبادل الحواسيب، كميات ضخمة من البيانات بسرعة فائقة. وتقوم الآلات بترجمة المعلومات إلى صورة مكتوبة بوساطة طابعات عالية السرعة، أو على شاشات تُسمى شاشات عرض طرفية تحتوي على ألباب أشعة الكاثود. وتطبع أكثر الشركات الكبرى مجلاتها الخاصة، أو جرائدها لموظفيها. وتُسمى هذه المطبوعات نشرات دورية، تزودهم بالمعلومات عن خطط الشركة، والمنتجات الجديدة وأمور أخرى. وقد تتصل الشركات الكبرى بموظفيها،

عن طريق دائرة تلفازية مغلقة، وتنتج أفلامها وشرائط التسجيل المرئية الخاصة بها بنفسها.

في الشؤون العالمية:

كانت الأخبار تنتقل بين الأمم ببطء، قبل عصر الاتصالات الحديثة السريعة. وقد تسبب الوقت الطويل الذي كان يضيع حتى يتم تسلم الرسائل أحياناً في مشكلات. فقد كان من الممكن على سبيل المثال، ألا تقع حرب عام 1812 م (بين بريطانيا والولايات المتحدة)، لو وُجد للبرق أو الهاتف في ذلك الوقت. وقد بدأت الحرب جزئياً؛ لأن بريطانيا عرقلت حرية الملاحة الأمريكية. وقد أعلنت الولايات المتحدة للحرب على بريطانيا في 18 يونيو 1812 م. وكانت بريطانيا، قبل يومين من هذا الإعلان، قد أعلنت أنها سوف توقف عرقلة الملاحة الأمريكية، ولكن هذا الخبر كان لا بد أن يعبر المحيط الأطلسي، بوساطة السفن، حتى يصل إلى الولايات المتحدة، ولكنه لم يصل إلا بعد بدء القتال. وقد كان من الممكن أيضاً أن تمنع الاتصالات السريعة للمعركة الرئيسية في هذه الحرب. وقد خاض الجنود هذه المعركة في نيو أورليانز في يناير 1815 م، بعد 15 يوماً من توقيع معاهدة سلام في أوروبا. وقد قُتل نحو 315 شخصاً وجرح نحو 290 في هذه المعركة. ويمكن أن تؤدي الاتصالات السريعة إلى نتائج سيئة إذا لم يتم التعبير عن الرسائل بدقة. فقد أرسلت الولايات المتحدة وحلفاؤها في عام 1945 م، قرب نهاية الحرب العالمية الثانية، رسائل بالراديو إلى اليابان، تحذر بأن اليابانيين سيواجهون تدميرًا عاجلاً ومطلقاً إذا لم يستسلموا. وقد كان المسؤولون اليابانيون ينسبون أن يردوا بأنهم سوف يؤجلون التعليق؛ لأنهم يحتاجون لوقت أطول لدراسة الرسالة. وبدلاً من هذا، فقد رثوا بكلمة تعني، أنهم سوف يتجاهلون التحذير. ولو كانوا قد اختاروا رداً آخر، فلربما حال ذلك دون إسقاط الولايات المتحدة، قنابل نريسة على المدينتين اليابانيتين هيروشيما وناجازاكي. وقد مات أو قُتل نحو 132,000 رجل وامرأة وطفل بعد الانفجارين، ويعتقد البعض أن ما حدث كان نتيجة لفشل في الاتصالات.

يقول الناس كثيرًا إن الاتصالات، قد جعلت العالم أصغر. فقد كان العالم يبدو هائلًا، عندما كانت الرسائل في أوروبا تصل إلى أمريكا بعد رحلة في المحيط تستغرق أسابيع عديدة. والآن يستطيع الراديو، أن ينقل الصوت البشري حول العالم في جزء من الثانية، وبالسّعة نفسها تقريبًا، يستطيع الفرد أن يتصل هاتفياً بشخص آخر في أي بلد تقريبًا. وقد جعلت أقمار الاتصالات الصناعية البثّ التلفزيوني على مستوى العالم ممكنًا، فيستطيع المشاهدون في منازلهم أن يشاهدوا أحداثًا تقع في قارة أخرى، كمراسم جائزة نوبل، أو التوقيع على معاهدة.

تطور الاتصالات:

ما قبل التاريخ:

من المحتمل أنّ الإنسان الأول قد تقام مع الآخرين بالأصوات والإيحاء قبل استعمال الكلمات الحقيقية. ولا يُعرف كيف بدأ التخاطب البشري، وهذا أمر يختلف العلماء فيه منذ القدم ودارت آراؤهم فيه حول أربعة محاور: الأول أن اللغة توفيق من الله والثاني أنها إلهام والثالث أنها اصطلاح والرابع أنها محاكاة للأصوات كما لخصه ابن جني وغيره.

وعلى كل حال فقد تبادل الناس المعلومات في المقام الأول مشافهة. كانت الرسائل الشفهية ينقلها عداؤون لمسافات طويلة. واستخدم الناس قرع الطبول، وإشعال النار، وإشارات الدخان للاتصال بالآخرين الذين يفهمون الرموز المستخدمة. كانت الصور والرسوم هي الخطوات الأولى نحو اللغة المكتوبة. وقد بدأ الفنانون قبل التاريخ استخدام سلسلة من الصور لحكاية قصة، كتاريخ رحلة صيد ممتعة أو عاصفة عنيفة. وبالتدريج طوّر الناس نظامًا من الصور الصغيرة التي ترمز للأشياء والأفكار الأكثر شيوعًا. ويُعرف هذا النظام بالكتابة بالصور وقد طور السومريون الذين عاشوا في بلاد الرافدين أول نظام للكتابة بالصور حوالي سنة 3500 ق.م.

وقد استخدمت الكتابة بالصور بكفاءة في الأشياء المألوفة، ولكن الناس واجهوا صعوبة في كتابة الكلمات الجديدة، أو غير المألوفة. وبالتدريج تعلموا أن يجعلوا كل رمز يُمثل صوتاً بدلاً من شيء أو فكرة؛ ونتيجة لذلك أمكن لهم أن يكتبوا أية كلمة في اللغة المنطوقة.

وقد جاءت الكتابة في المرتبة الثانية، بعد التخاطب مباشرة، بين أهم الاختراعات الأولى الخاصة بالاتصالات. وقد مكّنت الناس من تبادل الرسائل عبر المسافات الطويلة، دون الاعتماد على ذاكرة المرسل إليه. كما أمكن أيضاً الاحتفاظ بالمعلومات لاستخدامها في وقت لاحق. وباختراع الكتابة انتهى عصر ما قبل التاريخ، وبدأت حقبة التاريخ المكتوب.

خلال الأزمنة القديمة:

كانت الكتابة خلال تلك الأزمنة الوسيلة الرئيسية للاتصالات عبر المسافات الطويلة. وقد استأجر رجال الأعمال والأثرياء وسطاء محترفين، نقلوا الرسائل سيراً على الأقدام، أو على ظهور الخيل، أو عن طريق السفن. كما استخدم القادة العسكريون الحمام الزاجل لنقل الرسائل.

وفي حوالي عام 500 ق.م، طُوّر الإغريق القنماء طريقة سريعة لإرسال الرسائل من مدينة لأخرى على مجموعة من الجدران اللبنيّة. وقد كانت المسافة بين هذه الجدران قريبة، بحيث كان كل منها يمكن رؤيته من الجدار المجاور له. وقد مثلت الفجوات، خلال أعلى كل سور، حروف الهجاء. ويقوم الشخص بإشعال النار في الأماكن المناسبة على الجدار لإرسال رسالة. ويرى المراقب على الجدار المجاور النيران وينقل الرسالة. ويُسمّى هذا النظام من الاتصالات بالبرق المرئي.

وقد حصل الرومان القدامى على الأخبار من صحيفة مكتوبة باليد تُسمّى الأحداث اليومية (الأكثا ديورنا)، وكان يصدر بعض النسخ من الصحيفة كل يوم ويلصق في الأماكن العامة.

خلال العصور الوسطى:

كان للنصرانية تأثير مهم على الاتصالات في القرون الوسطى التي بدأت في حوالي عام 400 م، واستمرت نحو ألف سنة. وكان القليل من الناس يستطيعون القراءة والكتابة. وكان أغلبهم من قادة الكنيسة؛ ونتيجة لذلك فقد كان أغلب الكتب والاتصالات المكتوبة يدور حول موضوعات دينية.

وقد قام فنانون - وخاصة من العرب والمسلمين - يُدعون الناسخين (الكاتبين)، بنسخ الكتب يدوياً حرفاً حرفاً. ولم يكن هناك كتابان متشابهان تماماً. وقد زخرف الناسخون عملهم بالصور والتصميمات المصنوعة من الذهب والفضة مع استخدام الألوان. ولأن الناسخين كثيراً ما كانوا يكنحون لشهور لإنتاج مجلد واحد فإن عدد الكتب التي كانوا يستطيعون إنتاجها كان قليلاً. ولكن للناجح كان كافياً لأن عدداً قليلاً من الناس كانوا يستطيعون القراءة. فكثر من الناسخين أنفسهم لا تعينهم قراءة الكتب التي كانوا ينقلونها أحياناً.

وقد انتقلت أغلب الأخبار خلال القرون الوسطى مشافهة. فقد سار المنادون في شوارع القرى يعلنون حالات الميلاد والوفاة والأحداث العامة الأخرى ذات الأهمية. وقد حمل أيضاً الفنانون والباعة المتجولون وغيرهم - ممن كانوا ينقلون من مكان لآخر - الرسائل والأخبار.

بداية الطباعة:

بدأت الطباعة في الغرب خلال عصر النهضة الأوروبية الذي كان عهد نشاط فكري امتد في كل مكان في أوروبا من القرن الرابع عشر إلى القرن السابع عشر الميلاديين. وقد أوجدت الصحوة الفكرية لعصر النهضة إقبالاً على الكتب لم يستطع النسخ باليد مجاراته. وقد حلت هذه المشكلة باختراع الطباعة التي كانت معروفة منذ قرون في آسيا ولدى المسلمين في الأندلس، ولكنها لم تكتشف في أوروبا حتى القرن الخامس عشر الميلادي.

لم يطبع الأوروبيون الأوائل الكتب، ولكنهم طبعوا بدلاً من ذلك أوراق اللعب التي كانت مطلوبة بشدة، فقد كان الفنان يقوم بنحت صورة بارزة لورقة لعب على كتلة من الخشب. ثم يقوم الطابع بوضع الحبر على الصورة البارزة ويضغط ورقة لعب فارغة عليها فتنتقل الصورة على الورقة. وسرعان ما استخدم الطابعون هذه الطريقة المسماة للرسم أو الطباعة بالكتل الخشبية لعمل الكتب بالإضافة إلى أوراق اللعب. ولكن نقش كل كلمة على الكتلة الخشبية كان يستغرق وقتاً طويلاً.

وقد جعل اختراع الحروف القابلة للتحريك الطباعة أسرع بكثير؛ لأن الحروف المنقوشة نفسها يمكن استخدامها مراراً. فيمكن للطابع بعد طبع صفحة، فصل الحروف المطبعية ثم إعادة ترتيبها.

وقد وُجِدت الطباعة بالحروف المطبعية القابلة للتحريك في آسيا منذ القرن الحادي عشر الميلادي، ولكن هذا الاختراع لم ينتقل إلى أوروبا في ذلك الوقت. ويعتبر أغلب المؤرخين جوهانس جوتنبرج الذي كان حذاءً ألمانياً مخترع حروف الطباعة القابلة للتحريك في أوروبا. انظر: جوتنبرج، جوهانس. ففي منتصف القرن الخامس عشر الميلادي، قام جوتنبرج بتجميع عدة اختراعات ليوجد نظاماً جديداً كاملاً للطباعة. فقام بعمل قطع منفصلة من حروف الطباعة القابلة للتحريك جاعلاً لكل حرف نموذجاً صغيراً وآخر كبيراً. وقام بصف حروف الطباعة داخل إطار (صندوق الصف) لتكوين الصفحات كما أوجد حبراً خاصاً به من الألوان والصبغات والمواد الأخرى. وحول معصرة خمر كان يمتلكها إلى مبنى للطباعة يعتبر الأول من نوعه في أوروبا. وكان جوتنبرج قد وجد صعوبة في الحصول يدوياً على نسخ منتظمة الطبع. ولكن آلة الطباعة الجديدة جعلت بالإمكان وضع ضغط منتظم على الصفحة.

وسرعان ما أصبحت الطباعة أهم وسائل الاتصال الجماهيري. واختفى فن النسخ باليد. ولكن الكثير من الناس تخوفوا أن يكون فن الطباعة الجديد سحراً

شريراً جاء عن طريق الشيطان. ولم يستطيعوا أن يستوعبوا كيف يمكن إنتاج الكتب بهذه السرعة، أو كيف يمكن أن تبدو كل النسخ متشابهة تماماً. ولتهئية مخاوف الناس، ركز الطابعون الأوائل على إنتاج المهيدين للقديم والجديد، والكتب الدينية بدلاً من الأعمال العلمية، أو الكتابات الأخرى.

لقد مكّن العدد الكبير من الإنجيل المطبوعة الكثير من النصاري من قراءة الكتب المقدسة بأنفسهم؛ ونتيجة لذلك بدأ بعضهم في التساؤل عن بعض تصرفات الكنيسة الرومانية الكاثوليكية. وبهذه الطريقة ساعدت الطباعة على مولد الإصلاح الديني للبروتستانت في القرن السادس عشر الميلادي. وقد بدأت هذه الحركة محاولة لتقويم الكنيسة الكاثوليكية، وانتهت بتأسيس البروتستانتية.

القرنان السابع عشر والثامن عشر الميلاديان:

استُخدم فن الطباعة أيضاً في الأعمال التجارية والصناعية في القرن السابع عشر الميلادي. وظهرت صحف إخبارية تُسمى كورانتوس - كانت تشبه الجرائد إلى حد ما - في هولندا وإنجلترا وبلاد أخرى. وكانت تنشر - في الغالب - أخبار الأعمال التجارية مثل السفن الراسية وما تحمله من بضائع. كما نشرت الصحف الإخبارية الإعلانات، ومرعان ما أضافت للكورانتوس أخباراً لا تتعلق بالأعمال التجارية وأصبحت أولى الجرائد الحقيقية.

استمر انتشار الطباعة في القرن الثامن عشر الميلادي وجعلت للكتب والمجلات والجرائد المعلومات متوافرة للقراء أكثر فأكثر. وتبادل الناس الأخبار عن طريق الرسائل، وأسس العديد من الدول أنظمة بريدية. وكانت الرسائل - قبل القرن الثامن عشر الميلادي - تسلم بوساطة قباطنة السفن أو المسافرين الآخرين.

وبالرغم من ذلك، فإن أغلب الاتصالات لم تكن في القرن الثامن عشر الميلادي أسرع مما كانت عليه في الأزمنة القديمة. فالأخبار انتقلت بنفس سرعة انتقال البشر على القدمين، أو على ظهور الخيل، أو بالسفن. ثم طوّر مهندس

فرنسي، يسمى كلود شاب في نهاية القرن الثامن عشر الميلادي، وسيلة للاتصال السريع عبر المسافات الطويلة، حيث صمم جهازاً مرثياً للبرق، يشبه الجهاز الذي اخترعه الإغريق القدماء، ويتكون من سلسلة من الأبراج بين باريس والمدن الأوروبية الأخرى. ويقوم عامل في كل برج بتحريك قضيب وذراعين كبيرين متصلين بمفاصل على السطح ليرسم الرسائل. ويقرأ مراقب على البرج الذي يليه الرسائل بواسطة مقرب (تلسكوب) ويقوم برسمها بالطريقة نفسها وهكذا كان يتم نقل الرسائل.

بداية القرن التاسع عشر الميلادي:

أحدث العديد من الاختراعات الجديدة ثورة في الاتصالات. وحدث تقدم مهم في الطباعة عام 1811م، عندما استخدم طابع ألماني يدعى فريدريك كوينج محركاً بخارياً لتزويد آلة الطباعة بالقوة المحركة. وكان على الطابعين أن يستمروا في وضع الحروف المطبعية باليد، ومع ذلك فإن عملية الطباعة نفسها أصبحت أسرع مئات المرات. واستخدمت جريدة التايمز اللندنية آلة طباعة كوينج لأول مرة في عام 1814م، ومكّن هذا الاختراع التايمز، وجرائد أخرى من طباعة أعداد كبيرة، بتكلفة قليلة، مما جعل بالإمكان توزيع الجرائد على نطاق واسع.

وقد زاد اختراع السفن البخارية والقطارات من سرعة انتقال الأشخاص والأخبار. ولكن الاتصالات السريعة لم تبدأ إلا مع اختراع البرق الكهربائي الذي يُرسل الرسائل عبر الأسلاك في ثوان. وقد صمم مخترعون في الدنمارك وألمانيا وبريطانيا وبلاد أخرى أجهزة برق متعددة خلال أوائل القرن التاسع عشر الميلادي. لكن كل هذه الأجهزة كان يعثرها نقطتا ضعف هما افتقارها لمصدر ثابت للكهرباء، وصعوبة استخدامها.

وخلال الثلاثينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، بدأ الرسام والمخترع الأمريكي صمويل مورس، العمل على جهاز كهربائي للبرق. وطوّر مورس

وشريكه ألفرد فييل، بعد سنتين من التجارب، جهازًا بسيطًا للبرق، له مصدر ثابت من التيار يُنتج بوساطة بطاريات ومغناطيس كهربائي. وكان الجهاز يُرسل رسائل على هيئة نقاط وخطوط تُسمى شفرات مورس. وقام مورس بتسجيل اختراعه في عام 1840م، ولأول مرة انتقلت الأخبار بسرعة الكهرباء. وبدأت الجرائد تقريبًا في الحال في استخدام تلغراف مورس. وفي المستعمرات من القرن التاسع عشر الميلادي، كانت خطوط البرق قد قامت بوصل أغلب المدن بعضها ببعض. وأصبح البرق الوسيلة الرئيسية للاتصالات عبر المسافات الطويلة.

كان البرق (التلغراف) يستطيع إرسال الرسائل فقط، حيث توجد أسلاك. وفي عام 1858م، تم وضع كبل بحري للتلغراف عبر المحيط الأطلسي، لكن الكبل تعطل بعد بضعة أسابيع. وتم وضع أول كبل يعمل بنجاح عبر المحيط الأطلسي في عام 1866م، وكان ذلك أساسًا نتيجة لجهود المليونير الأمريكي سيرس فيلد، والفيزيائي البريطاني اللورد كلفين. وقد مكّن هذا الكبل الممتد تحت الماء، من إرسال الرسائل عبر المحيط الأطلسي في دقائق.

ازداد تطور الاتصالات باختراع التصوير، وقد أسهم العديد من العلماء الأمريكيين والبريطانيين والفرنسيين في تطويره، بحيث لا يمكن أن يُعتبر شخص واحد مخترع التصوير. وفي عام 1826م، صنع عالم الفيزياء الفرنسي، جوزيف نيسفور نيبس، أول صورة ثابتة. وتعتمد طريقة نيبس التي تُسمى الهليوجراف على تعريض صفيحة فلزية للضوء لمدة ثماني ساعات تقريبًا. ونتيجة لذلك، فقد أمكنه فقط تصوير الأشياء الثابتة كالمنازل ولم يتمكن من تكوين صور للأشياء المتحركة.

وقد عمل الرسام الفرنسي لوي جاك ماندييه داجير، شريكًا لنيبس لعدة سنوات، وفي الثلاثينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، طور داجير نوعًا محسنًا من الصور الضوئية سُمي الصورة الداجيرية. تحتاج الصورة الداجيرية إلى عدة دقائق فقط للتعريض للضوء. وفي الوقت نفسه تقريبًا، اكتشف المخترع البريطاني

وليم هنري فوكس تالبوت طريقة للتصوير باستخدام ورق سالب (نيجاتيف) بدلاً من الصفحة الفلزية. ولكن اختراع فوكس تالبوت الذي سُمي التلوبيتيب أو الكالوتييب لم يستخدم على نطاق واسع؛ لأنه أنتج صورة أقل وضوحاً من طريقة التصوير للداجيري. لكن فكرة استخدام سالب مرن، أصبحت المفتاح للتصوير الحديث. وفي الطرق الأخرى المستخدمة كان على المصور استخدام زجاج أو صفائح فلزية يجب تعييرها في كل تعريض للضوء. ولكن باستخدام طريقة تالبوت أصبح من الممكن تحريك الفيلم خلال الكاميرا واستخدامه لالتقاط سلسلة من الصور.

أواخر القرن التاسع عشر الميلادي:

أدى عدد كبير من الاختراعات إلى تحسين الاتصالات، منها الآلة الكاتبة والهاتف والحاكي (الفونوغراف) والسينما. وفي عام 1868م، قام ثلاثة شركاء أمريكيين هم كارلوس جليدن، وكريستوفر لاثام شولز وصمويل سوليه بتسجيل براءة اختراع عن أول آلة كاتبة عملية. وقد بدأ إي رمنجتون وأولاده، صناع بنديقيات رمنجتون الشهيرة، بإنتاج الآلة الكاتبة في منتصف السبعينيات من القرن التاسع عشر.

وسجل ألكسندر جراهام بل - وهو مدرس للصم أسكتلندي المولد - براءة اختراع نوع من الهاتف في عام 1876م. وقد مكّن جهاز بل من نقل الصوت البشري عبر الأسلاك. كما سجل إليشا جراي، وهو مخترع أمريكي براءة اختراع آلة مشابهة في الوقت نفسه تقريباً. ولكن أول شبكة للهاتف تم تمديدها في نيو إنجلاند عام 1878م، واستخدمت تصميم بل. وبحلول عام 1890م، كان نظام بل للهاتف يستخدم على نطاق واسع في أمريكا وأوروبا.

وفي عام 1877م، اكتشف المخترع الأمريكي توماس أديسون أول فونوغراف عملي، وكان يسجل الصوت على أسطوانة مغطاة بطبقة فلزية رقيقة. وبعد ذلك بنحو عشر سنوات، اكتشف إميل برلينر - وهو أمريكي من أصل

ألماني - فونوغرافاً يستخدم قرصاً بدلاً من أسطوانة. ومع بداية القرن العشرين، حل فونوغراف برلينر الذي يستخدم القرص محل فونوغراف أديسون.

واستمر الطابعون يصفون الحروف المطبعية باليد، حتى الثمانينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، كما كان جوتنبرج يفعل. ولكن في عام 1884م، سجل أوتمار مرجنتيلر، وهو ميكانيكي ألماني بالولايات المتحدة، براءة اختراع آلة الليئوتيب. وتستخدم الليئوتيب لوحة مفاتيح لصف حروف الطباعة آلياً، دون الحاجة للصف اليدوي. وقد عجل هذا الاختراع إنتاج الصحف والمطبوعات الأخرى.

وفي عام 1887م، طور رجل دين أمريكي يدعى هانيبال جودوين الشريط السينمائي الذي كان متيناً ولكن في الوقت نفسه كان مرناً. وقام جورج إيستمان، وهو مُصنّع لمواد التصوير، بتقديم الشريط السينمائي في عام 1889م، ونجح أديسون ومخترعون آخرون، في تصوير وعرض أفلام سينمائية خلال التسعينيات من القرن التاسع عشر الميلادي. وربما كان أديسون قد استوحى تصميمه لآلة عرض الأفلام من المخترعين الأمريكيين توماس أرماث وتشارلز فرانسيس جنكنز.

بداية العصر الإلكتروني:

قرب نهاية القرن التاسع عشر الميلادي، حدثت ثورة في الاتصالات مرة أخرى. ففي ذلك الوقت، كانت وسائل الاتصالات السريعة عبر المسافات الطويلة هي البرق والهاتف، وكان كل منهما يستطيع إرسال الرسائل فقط عبر الأسلاك. ولكن خلال العصر الإلكتروني، استخدم المخترعون فرعاً من العلوم والهندسة يُسمى الإلكترونيات في إرسال الإشارات عبر الفضاء. ولقد أمكن بسبب عصر الإلكترونيات اختراع الراديو، والتلفاز، وعجائب الاتصالات الحديثة الأخرى.

تطورت الاتصالات الإلكترونية نتيجة أفكار وتجارب عدة علماء. ففي عام 1864م، وضع عالم الفيزياء البريطاني جيمس كلارك ماكسويل نظرية تقول إن الموجات الكهرومغناطيسية تنتقل في الفضاء بسرعة الضوء. وفي أواخر الثمانينيات

من القرن التاسع عشر الميلادي، قام الفيزيائي هينريتش هرتز بإجراء تجارب أثبتت وجود هذه الموجات. ولم يستطع هرتز أن يثبت أي تطبيق عملي لبحوثه. وفي عام 1895م، قام مخترع إيطالي يدعى جوليلمو ماركوني بالجمع بين أفكار ماكسويل وهرتز وآخرين ليتمكن من إرسال إشارات عبر الفضاء. وسمى ماركوني جهازه للبرق اللاسلكي وهو ما نسميه نحن الراديو.

في البداية، كانت إشارات شفرة مورس تُرسل فقط بواسطة جهاز ماركوني. وفي عام 1906م أوصل ريجنالد ليه فيسيندن - وهو فيزيائي كندي المولد، سماعة الهاتف بجهاز برق لاسلكي، وأصبح واحدًا من أوائل الأشخاص الذين نقلوا الكلام. وفي مساء عيد الميلاد لعام 1906م، التقط عدد من مشغلي الراديو، أول بث إذاعي بواسطة فيسيندن. وقد دهشوا حين سمعوا موسيقى عيد الميلاد، وسمعوا قراءة من العهدين القديم والجديد بدلا من سماع شفرة مورس:

خلال بدايات القرن العشرين، طوّر لي دي فورست الأمريكي، وبعض المهندسين الكهربائيين، أجهزة مختلفة سُميت الصمامات المفرغة يمكنها التقاط وتكبير إشارات الراديو. ولقد مكنت الصمامات المفرغة من تطوير الراديو كما نعرفه الآن. ولقد ظهرت منذ سنة 1908م، محطات راديو تجريبية عديدة، الكثير منها ذات صلة بكليات الهندسة أو للجامعات.

وسرعان ما ظهرت محطات الراديو في كثير من البلاد. وفي عام 1922م، قبلت محطة دبليو إي إيه إف (weaf) في نيويورك أجراً مقابل السماح بإذاعة إعلان على الهواء لشركة تبغ الشفق. ووطّرت الولايات المتحدة نظاماً للراديو التجاري، ثم وضعت فيما بعد نظاماً للتلّفاز التجاري، يتم دفع تكلفة أغلب البرامج بواسطة أصحاب الإعلانات. أما في أغلب البلاد الأخرى فتحصل شبكات الراديو والتلفاز على الجزء الأكبر من ميزانياتها من الحكومة.

تطور الاتصالات الحديثة:

نتج التلفاز، كالعديد من الاختراعات الأخرى، من أبحاث وتفكير العديد من الناس. وترجع محاولة إرسال الصور عبر الفضاء إلى القرن التاسع عشر الميلادي. وتم تطوير أول نظام عامل في عام 1926م، عندما استطاع جون لوجي بيرد، وهو مهندس أسكتلندي إثبات إمكانية النقل التلفازي. وفي عام 1936م، نقلت هيئة الإذاعة البريطانية أول بث تلفازي مفتوح الدائرة (عام). وبدأت شركة الراديو الأمريكية البث المنتظم في عام 1939م، واستخدمت كاميرات تلفازية محسنة وأنايبب إلكترونية للصور المعدلة بواسطة فلاديمير كوسما زوريكين، وهو فيزيائي أمريكي، روسي المولد.

توقفت البرامج التلفازية مؤقتًا في بداية الأربعينيات من القرن العشرين الميلادي، خلال الحرب العالمية الثانية، ثم استؤنف الإرسال بعد الحرب. ومع بداية الخمسينيات من القرن العشرين الميلادي، بدأت محطات التلفاز في الولايات المتحدة وأوروبا بث برامجها.

في أواخر القرن التاسع عشر الميلادي، اخترع مهندس هولندي يُدعى فالديمار بولسن آلة تسجل الصوت على أسلاك حديدية. ولكن اختراع بولسن لم يحظ باهتمام يذكر. وخلال الثلاثينيات من القرن العشرين الميلادي، طور مهندسون ألمان مسجلات تسجل الصوت على شرائط مغناطيسية. وبخلاف تسجيل الفونوغراف، فإن تسجيلات الشرائط الجديدة يمكن الاستماع إليها مرة أخرى بعد تسجيلها بإرجاع الشريط. وتمكنت مسجلات الفيديو المطورة في الخمسينيات من القرن العشرين الميلادي من تسجيل الصورة بالإضافة إلى الصوت على شريط مغناطيسي. في البداية كانت محطات التلفاز فقط تستخدم مسجلات الفيديو، ولكن مسجلات الفيديو كاسيت المطورة في السبعينيات من القرن العشرين الميلادي جعلت هذا التسجيل رخيصًا، بدرجة جعلته متاحًا للاستخدام المنزلي. ويستطيع الأشخاص توصيل مسجل الفيديو كاسيت بجهاز التلفاز الخاص بهم لتسجيل

البرامج أليًا لمشاهايتها في فترة لاحقة. وفي بداية الثمانينيات من القرن العشرين، أدخلت عدة شركات لأقراص الفيديو. ويتم نقل الصور والأصوات للسابق تسجيلها على أقراص الفيديو بواسطة جهاز تشغيل ألي لجهاز التلفاز المتصل به.

قامت أقمار صناعية لرضية تُسمى كمار الاتصالات لأول مرة بنقل الرسائل بين المحطات الأرضية في عام 1960م، وقبل ذلك الوقت كانت الإشارات التلفازية تُرسل فقط بواسطة الكبل، أو إلى حيث توجد أبراج نقل لنقوية الإشارات. ومكنت الأقمار الصناعية من ترحيل الإشارات التلفازية عبر المحيطات. وكذلك تستطيع الأقمار الصناعية نقل رسائل الراديو والهاتف والاتصالات الأخرى.

وخلال السبعينيات من القرن العشرين، بدأت العديد من الجرائد والمطبوعات الأخرى، في استخدام الحاسوب في التحرير، وأنظمة صف الحروف المطبعية. حيث يقوم الكاتب بكتابة المقالات على لوحة مفاتيح متصلة بالحاسوب. وبينما يقوم بالكتابة تخزن في الوقت نفسه الكلمات في الحاسوب وتعرض على شاشة عرض طرفية، ويتصل للحاسوب بنوره بجهاز يسمى آلة التجميع أو التصنيف الضوئي، وبمجرد الضغط على زر تقوم الآلة بوضع المقال على هيئة حروف مطبعية مصفوفة على شريط فونوغرافي.

وفي أوائل الثمانينيات من القرن العشرين، بدأ العديد من الشركات تسويق هواتف خلوية متحركة. وبموجب هذا النظام تقسم المدن إلى مقاطعات تسمى خلايا كل منها له ناقل راديو منخفض الطاقة ومستقبل. وعندما تنتقل السيارة المزودة بالهاتف من خلية إلى أخرى يقوم الحاسوب بنقل المكالمات من ناقل ومستقبل إلى آخر بنون انقطاع المكالمة. وفي أواخر الثمانينيات من القرن العشرين، بدأت العديد من الشركات في استخدام عملية تُسمى الناسوخ (الفاكسميلي أو الفاكس) للإسراع بالاتصالات، وتقوم آلة الفاكس بإرسال واستقبال نسخ المستندات عبر أسلاك الهاتف وتستطيع إعادة نسخ كل من الكتابة والصور.

اتصالات المستقبل:

من المحتمل أن تشمل هذه الاتصالات أشكالاً عديدة من طاقة الموجات الضوئية والليزرات، وهي أجهزة تُنتج حزمة ضيقة من الضوء الشديد للقوة. وحتى الآن فقد أتاح أحد فروع الفيزياء المسمى البصريات للليفية استخدام الضوء لإرسال رسائل أكثر، وبسرعة أكبر، عما هو الحال عند استخدام الكهرباء أو موجات الراديو. فباستخدام اتصالات الألياف البصرية، يُحول شعاع الليزر الإشارات الكهربائية الخاصة بمكالمة هاتفية، أو صورة تلفزيونية إلى نبضات ضوئية. يُوجّه الليزر إلى أحد أطراف جدائل زجاجية شفافة تسمى الألياف البصرية. ويستطيع الضوء أن ينتقل مسافات شاسعة خلال الألياف، دون أن يفقد قوته أو وضوحه. وعند طرف الاستقبال، يقوم جهاز بإرجاع ضوء الليزر إلى الأصوات والصور.

وتستطيع حزمة من الألياف البصرية لا تتجاوز كل واحدة منها سمك شعرة من جسم الإنسان، أن تثب آلاف المكالمات الهاتفية أو البرامج التلفزيونية في الوقت نفسه. ويُستعمل الليزر أيضاً في طريقة للتصوير الثلاثي الأبعاد تُسمى التصوير التجسيمي حيث يقوم جهاز يُسمى مفرق الأشعة بتقسيم ضوء الليزر إلى شعاعين يُوجه أحدهما إلى الجسم المراد تصويره، ثم تقوم المرايا بتجميع شعاعي الضوء معاً مرة أخرى، وحيث يتجمع الشعاعان يكونان نمونجاً ثلاثي الأبعاد يمثل هيئة الجسم. وقد يستخدم التصوير التجسيمي في فترة لاحقة لإنتاج أفلام وصور وبرامج تلفزيونية تتكون من صور ثلاثية الأبعاد تسبح في الفضاء. وسوف يستطيع المشاهدون السير حول الصور ثلاثية الأبعاد — كما لو كانت مناظر حقيقية — ليروا زوايا جديدة كلما تحركوا.

وربما تتسابق الاتصالات، في المستقبل، عبر طريق المعلومات فائق السرعة، وهو مصطلح لشبكة إلكترونية جبارة تتألف من منظومة تضم أنظمة الهاتف وأنظمة التلفاز الكبلي والشبكات الحاسوبية. وسيوفر طريق المعلومات فائق السرعة معلومات مستفيضة وخدمات متنوعة كثيرة لمستخدميه في المنازل

والمدراس وأماكن العمل. ولن ينحصر تأثير طريق المعلومات فائق السرعة الذي يقدم المعلومات بالصوت والصورة والفيديو على نوعية الاتصالات بين الناس بل سيؤثر أيضًا على طرق حياتهم ودراساتهم وتعلمهم. فعلى سبيل المثال يمكن لمستخدم هذه الشبكة أن يتصفح، من منزله، عددًا من الكتب بمكتبات مختلفة حول العالم. وقد أمكن لمستخدمي الحاسوب الاتصال ببعضهم بوساطة قاعدة بيانات ضخمة عرفت بالإنترنت. وتتكون هذه الشبكة من آلاف الشبكات الصغيرة وملايين الحاسوبات.

دراسة الاتصالات:

دراسة الاتصالات ليست فرعًا واحدًا من التعليم، ولكنها تشمل مجالات عديدة من الدراسة، وهناك العديد من نظريات الاتصال التي نمت وتطورت في العقود الأخيرة. يضم العلماء الذين يدرسون الاتصالات علماء التربية والتاريخ وعلماء الرياضيات وعلماء الأعصاب وعلماء النفس وعلماء الاجتماع. ويقوم أغلب هؤلاء العلماء بدراسة بعض جوانب الاتصالات فقط. ويكرس آخرون أنفسهم لدراسة هذا المجال؛ فعلى سبيل المثال أصبح العلامة الفلسطيني رمزي شحاتيت معروفًا بدراساته عن وسائل الاتصالات العامة. فقد بحث رمزي تأثير وسائل الاتصالات العامة على المجتمع في عدة كتب منها مجرة جوتنبرج؛ وفهم وسائل الاتصالات العامة.

وتُصنّف المجالات الأساسية لدراسة الاتصالات:

- علم الاجتماع وعلم النفس.
- علم اللغة (اللسانيات).
- علم الضبط والتحكم ونظرية للمعلومات.
- دراسة الاتصالات غير الكلامية.

علم الاجتماع وعلم النفس:

أنتجت مجالات علم الاجتماع وعلم النفس أولى الدراسات الأكاديمية (النظرية) عن وسائل الاتصالات العامة في الثلاثينيات من القرن العشرين. فقد قام عالما الاجتماع الأمريكيان بول لازارسفيلد، وفرانسك ستانغتون، بدراسة حول المستمعين لبرامج إذاعية مختلفة. وشجع عملهم هذا باحثين أمريكيين آخرين، منهم عالم النفس الاجتماعي هادلي كانتريل، وعالم الاجتماع روبرت ميرتون، على بحث تأثير البث الإذاعي والتلفازي على الجمهور.

وقد أجرت البلاد المتحاربة، خلال الحرب العالمية الثانية، حملات دعائية واسعة الانتشار. ونتيجة لذلك بدأ العديد من العلماء في دراسة فن الدعاية والرأي العام. وقام عالم النفس الأمريكي كارل هوفلاند، بدراسة وسائل الإقناع التي تستعملها الاتصالات وتؤدي إلى تعديل الناس لمعتقداتهم. وبعد انتهاء الحرب في عام 1945م، درس العديد من العلماء تأثير وسائل الاتصالات العامة على الأفراد والمجتمع.

علم اللغة:

هو الدراسة العلمية للغة. وقد كان إدخال النحو التحويلي، في الخمسينيات من القرن العشرين، بوساطة عالم اللغة الأمريكي نعوم تشومسكي، واحداً من أهم التطورات في علم اللغة. ويتكون النحو التحويلي من القواعد التي تحدد جميع الجمل التي يمكن تكوينها في أي لغة. وقد اكتشف تشومسكي أن لغات العالم تتشابه أكثر مما تختلف، وأن هناك مبادئ عامة تنطبق على جميع اللغات، وقابله هذه الاكتشافات إلى الاعتقاد بأن كل شخص عنده القدرة على تعلم القواعد العامة للغة عند المولد.

وهناك مجال آخر مهم لعلم اللغة، هو علم دلالات الألفاظ وتطورها (علم المعاني)، الذي يحلل معاني الكلمات ومكونات الاتصالات التي تتولد بسبب

اللغة. ومن العلماء الذين أسهموا في تطوير علم المعاني ألفرد كورزيبسكي، وهو عالم يولندي أمريكي، وإس. إيه هاياكاوا وهو من التربويين الأمريكيين.

علم الضبط والتحكم ونظرية المعلومات:

علم الضبط والتحكم هو دراسة كيفية تحويل المعلومات بواسطة الجهاز العصبي للكائنات الحية، وبوسائل التحكم الآلي. ودراسة المعلومات المرتدة (التغذية الراجعة) جزء مهم من علم الضبط والتحكم، وهي العملية التي بواسطتها تقوم الأجهزة، والكائنات الحية بالتحكم في نفسها. وقد طوّر علم الضبط والتحكم عالم الرياضيات الأمريكي نوربرت وينر، الذي طُبِعَ كتابه علم الضبط في عام 1948م.

وهناك علم آخر ذو صلة بهذا المجال يُسمى نظرية المعلومات. وقد تم تطويره في الوقت نفسه تقريبًا بواسطة عالمي رياضيات آخرين، مما كلود شانون، ووارن ويفر. وتختص نظرية المعلومات بالقوانين الرياضية التي تحكم الاتصالات، لاسيما العوامل التي تعوق إرسال الرسائل. وقد أدى كل من علم الضبط والتحكم، ونظرية المعلومات دورًا مهمًا في تطور علوم الحاسوب.

دراسة الاتصالات غير الكلامية:

من المحتمل أن تكون هذه الدراسة أقدم مجالات البحث في الاتصالات الإنسانية، وترجع على الأقل، إلى القرن التاسع عشر، عندما حلل مدرسو التمثيل، والتمثيل الإيمائي، كيفية استخدام حركات الوجه والجسم في نقل الأحاسيس. وتضم الدراسة الحديثة للاتصالات غير الكلامية التي تُسمى أحيانًا لغة الجسم علمين، يُسميان الكينميكس (علم الحركة الجسمية) والبروكسميكا. وعلم الكاينسيكا هو دراسة حركات الجسم والوجه، بوصفها مصاحبات للكلام. وقد تم تطوير علم الكاينسيكا بواسطة عالم سلاطات أمريكي يدعى ربي بيردوستل، الذي استخدم أفلامًا بالتصوير البطيء، لمتحدثين لتحليل إيماءاتهم وتعبيراتهم.

وقد تم تطوير علم الكاينسيكا بوساطة عالم السلالات الأمريكي إدوار هال..
وقد درس هال، كيف يستخدم الناس في الثقافات المختلفة، الإيماء، ووضع الجسم،
والمسافة التي يتحدثون منها، وإشارات غير كلامية أخرى، لنقل مشاعرهم،
ووضعهم الاجتماعي. ويشعر أغلب الناس بالحرج في وضع أغلب هذه المعلومات
في كلمات. ولكن علم البروكسميكا، يسمح للناس، بإرسال واستقبال رسائل دون
استخدام الكلمات.

الاتصال الجماهيري:

هو عملية اتصال تقوم بها هيئات أو أفراد بهدف الوصول إلى عدد كبير جدا
من الناس باستخدام وسيط مادي مستخدمة ما يعرف بوسائل الاتصال الجماهيري أو
(وسائل الإعلام). وقد تزايدت وسائل الاتصال الجماهيري مع تقدم الزمن:
1- الجرائد 2- الإذاعة 3- التلفزيون 4- الإنترنت 5- السينما 6- الإنترنت
7- الشرائط بأنواعها (فيديو - كاسيت....) 8- بونكاست 9- الهاتف.

أهداف الاتصال الجماهيري:

- إعلام (ماذا)
- تحليل (كيف)
- نقد (لماذا)
- ترفيه
- حث على سلوك (الدعاية)

عوامل أصبحت تؤثر على الاتصال الجماهيري:

- ثورة المعلومات
- ثورة الاتصالات
- الهيمنة الأمريكية
- الاتصال والدعاية

أشهر نظريات الاتصال الجماهيري:

نظريات التأثير المباشر:

- هارولد لازويل قال بنظرية الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد.
- تفترض أن الأشخاص ليسوا إلا مجتمع جماهيري من مجموعة من الأشخاص المنعزلين (تأثرت بفكر فرويد).
- وسائل الإعلام تمثل فيه مصادر قوية للتأثير والناس يقبلونها ويفهمونها بشكل متماثل، كل شخص يتلقى المعلومات بشكل فردي، ويستجيب بشكل فردي.
- لم تكن نظرية واقعية بسبب التبسيط الشديد، وافترض أن للإعلام تأثيرات عنيفة ومفاجئة.
- أهميتها أنها كانت بداية بحوث تأثير الإعلام.

نظريات التأثير الانتقائي:

أ- نظرية الاختلافات الفردية:

- تقول ببساطة أن الأشخاص المختلفون يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية وفقاً لاتجاهاتهم، وبنيتهم النفسية، وصفاتهم لموروثة أو المكتسبة.
- وسائل الإعلام تستقبل وتفسر بشكل انتقائي.
- وذلك بسبب اختلاف الإدراك الذي يفكر به كل شخص.
- والذي يرجع إلى اختلاف التنظيم الذي لدى كل شخص من المعتقدات، والقيم، والاتجاهات...

- ولأن الإدراك انتقائي فالتذكر والاستجابة انتقائيين.

- وبالتالي فتأثير وسائل الإعلام ليس متماثل.

ب- نظرية الفئات الاجتماعية:

- الناس ينقسمون إلى فئات اجتماعية والسلوك الاتصالي يشابه داخل كل فئة.
- موقع الفرد في البناء الاجتماعي يؤثر على استقباله.
- الفئة قد تتحدد بناء على: السن، الجنس، الدخل، التعليم، الوظيفة.

- أنماط الاستجابة تتشابه في داخل كل فئة - لذا فتأثير وسائل الإعلام ليس قوي، ولا متماثل، ولكنه يختلف بتأثير الفئات الاجتماعية.

ت- نظرية العلاقات الاجتماعية:

- جمهور وسائل الإعلام ليسوا مجرد أفراد منعزلين، أو أفراد مجتمعين في فئات اجتماعية، ولكنهم مرتبطون ببعضهم البعض في اتحادات، وعائلات، ونوادي...

- دراسات على انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1940 أكدت أن المناقشات السياسية كان لها أكبر الأثر على قرارات الناس أعلى من التعرض للراديو والصحافة.

- الذين يزيد تعرضهم لوسائل الإعلام يمكن أن يؤثر في الأقل تعرضًا لها.

- العلاقات يجب أن توضع في الاعتبار.

- بدأت تلك النظرية تبعد جدا عن فكرة المجتمع الجماهيري والنظريات الأولى.

نظريات التأثير غير المباشر:

أ- نظرية التأثير المعتمد على تقديم النموذج:

تقول أن تعرض الفرد لنماذج السلوك التي تعرضها وسائل الإعلام تقدم للفرد مصدر من مصادر التعلم الاجتماعي، مما يدفعه لتبني هذه النماذج في سلوكه اليومي. (الحلم الأمريكي من خلال السينما- فتيات الإعلانات).

ب- نظرية المعنى:

يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم معاني جديدة لكلمات اللغة، وتضيف عناصر جديدة للمعاني القديمة. وبما أن اللغة عامل حاسم في الإدراك والتفسير والقرارات فإن وسائل الإعلام يصبح لمن ها دور حاسم في تشكيل السلوك بشكل غير مباشر. (الثورة- النكسة -الفتح العربي).

ت- نموذج الحاجات والإشباعات:

وتقول تلك النظرية أن جزءاً هاماً من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم مثلما قال مارك ليفي هناك 5 أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة- التوجه المعرفي- عدم الرضا- التوجه العاطفي- التسلية).

نظريات الاتصال الإقناعي:

أ- النموذج النفسي:

- يعتمد على نظرية الاختلافات الفردية.
- الرسالة للفعالة هي التي تتمكن من تحويل البناء النفسي للفرد بشكل يجعل الاستجابة المعلنة متفقة مع موضوع الرسالة.
- النموذج هو: الرسالة الإقناعية ----- تغير أو تنشيط العمليات النفسية الكامنة.
- تحقق السلوك الظاهر المرتبط بالعمليات النفسية
- خطواتها: 1- وصول الرسالة للشخص، 2- قبوله لها ليفكر فيها، 3- تقييمه للأهداف التي سيحققها من تنفيذه للسلوك، 4- اختيار القيام بالسلوك

ب- النموذج الثقافي الاجتماعي:

- يعتمد على نظرية الفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية
- من الصعب تفسير سلوك الأفراد بناء على المتغيرات النفسية وحدها لأنهم دوماً يتصرفون داخل سياق اجتماعي
- النموذج هو: الرسالة الإقناعية ----- تحدد أو تعيد تحديد العملية الثقافية-----
- تشكل أو تغير معايير السلوك المتفق عليها داخل الجماعة-----
- تحقق تغير في اتجاه السلوك المعلن.
- لا بد من مراعاة أن: هناك مجتمعات ذات نظم ثقافية قاسية توجه الفرد وتقدم له بناء كامل للحقيقة، وهناك مجتمعات أخرى على النقيض، تتاح فيها الفرصة أمام الأفراد لتحديد استجاباتهم الخاصة نحو الأفكار الجديدة.

التفسير الشامل لتأثير وسائل الإعلام:

نظرية الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع - لابد من وضع ثلاثة عناصر محورية في الاعتبار عند التحدث عن تأثير وسائل الإعلام:

أولاً: المحيط العام أو يطلق عليه النظام الاجتماعي،

ثانياً: دور وتأثير وسائل الإعلام في هذا النظام،

ثالثاً: مدى علاقة الجمهور بوسائل الإعلام.

استخدام وسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي السائد، وطريقتنا في التعامل مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع في الماضي، وبما يحدث في اللحظة التي نستقبل فيها الرسالة.

- تحدث وسائل الإعلام في هذا السياق 3 أنواع من التأثيرات: 1- التأثيرات المعرفية: إزالة الغموض- وضع الأجندة- زيادة نظم المعتقدات القيم والسلوكيات 2- التأثيرات الوجدانية: الحساسية للعنف (حرب الخليج)- المخاوف (إعدام صدام على الهواء) -الاغتراب 3- التأثيرات السلوكية: الحركة والفعل أو فقدان الرغبة في الحركة والفعل وهما من نتائج التأثيرات المعرفية والوجدانية. مهم لاستيعاب دورنا (الإعلان لا يهدف فقط إلى تقديم المعرفة بقدر ما يهدف لإثارة رد فعل أو سلوك) فاروق بن سعدي. 4- التأثيرات العقلية.

خصائص الإتصال الجماهيري :

يتضمن علم الإتصال الجماهيري (.. للدراسة العلمية لوسائل الإتصال الجماهيرية، شاملة الرسائل التي تبثها، الجماهير التي تهدف إليها، وتأثيراتها على هذه الجماهير. وتقليدياً شمل الإطار الأكاديمي للاتصال الجماهيري، دراسة كل من الصحافة، الإتصالات السلوكية واللاملكية، الإعلان، العلاقات العامة، وبعض الأقسام الفرعية للإتصال اللفظي، وهذه المجالات عُنيت بشكل شائع بالرسائل الموصلة

بشكل مباشر عبر وسيلة - غالباً هي وسيلة إتصال جماهيرية - مثل التلفزيون، الراديو، الجرائد، أو المجلات.

والإتصال الجماهيري كعلم هو حديث نسبياً في بنائه النظري بالمقارنة بعلوم إجتماعية وسلوكية مثل علم النفس، علم الاجتماع، علم السياسة، والإقتصاد وحتى الآن نجد عديداً من الأساتذة والباحثين في المجال ما زالوا يتجادلون حول طبيعته ومفهومه وعلميته مع التأكيد المستمر على أنه علم..).

وتعتمد وسائل الإتصال الجماهيري على عدة مقومات أساسية تتمثل في ستة مقومات هي:

1- إعاة الإنتاج: حينما تمكن العلماء من إختراع الآلات، امكن إعادة إنتاج ومضاعفة الرسائل.

2- للتوزيع: يعني توصيل الرسالة الى الجمهور حيثما كان.

3- رجع الصدى أو التغذية المرتدة: وهو الملوك الصادر عن المتلقي كرد فعل على الرسالة.

4- التمويل: ويعتبر التمويل من الخصائص المميزة للإتصال الجماهيري.

5- للغريلة: كون لكل مؤسسة فلسفتها وأهدافها من إيصال الرسالة.

6- للتشويش: ففي أية عملية إتصالية يحدث تدخل ما يعيق أو يؤثر سلباً عليها.

ومع دخول عصر التكنولوجيا تنوعت وسائل الإعلام الجماهيري فمنها:

1- للوسائل المقروءة: كالجرائد والكتب.. وكل ما هو مطبوع على الورق.

2- للوسائل السمعية بصرية: مثل السينما والتلفزيون.

3- للوسائل المسموعة: وتشمل الإذاعة المسموعة (الراديو) والأشرطة والإسطوانات.

والراديو مثل الصحيفة يدعم الألفين المستمع والمحتوى، لأن مناسخ الاستماع يخلق للمستمع عالماً خاصاً به.. كما أنغياب مشاهدة الوقائع والأحداث والاعتماد على ما تنقله الوسيلة، يثير الخيال ليرسم الصورة الغائبة.

ويرى بعض الخبراء أن جمهور الراديو ليس متنوعاً كجمهور التلفزيون، فعندما اختفت شبكات الإذاعة الشبيهة بشبكة محطات التلفزيون الحالية بسبب استحواذ التلفزيون على أغلب النجوم والبرامج الجذابة، اختار الراديو التجزئة إلى محطات تخاطب جماهير محلية لكي يحافظ على بقائه. وقامت المحطات بشكل منفرد بتطوير أنماط معينة من البرامج الموجهة إلى مجموعات مستهدفة من المستمعين .

من أبرز أوجه المقارنة بين وسائل الإتصال المقرؤة وغيرها من الوسائل.. الأتي:

1- الوسائل المقرؤة أوفر على الإحتفاظ بالمعلومات لأطول مدة ممكنة، والإستفادة منها مستقبلاً كمصدر للمعلومة ومراجعتها، بسهولة ودون تكاليف، بعكس الراديو مثلاً الذي يحتاج الى تقنية خاصة من أجل الإحتفاظ بمواده.

2- تعتبر المطبوعات هي وسيلة الإعلام الوحيدة التي يستطيع القارئ أن يعرض نفسه عليها في الوقت الذي يناسبه ويتفق مع ظروفه، بعكس التلفزيون أو الراديو أو السينما التي تفرض هي التوقيت ونوعية الرسالة.

3- تمتاز المطبوعة بصغر الحجم وعدم الحاجة للتزود بالطاقة مثلاً.. مما يسهل عملية إستخدامها والإستماع برسالتها بيسر، بعكس الوسائل السمعية أو البصرية التي تتطلب - غالباً - التزود بالطاقة، ومساحات أكبر، مما يجعلها صعبة النقل.

4- تستخدم المطبوعات بنجاح أكثر مع الجماهير المتخصصة، مثل جمهور العمال والفلاحين أو المعلمين أو طلبة الجامعة إلى غير ذلك، بعكس الوسائل السمعية أو البصرية التي غالباً ما تكون رسائلها مختلطة ومتنوعة.

5- تسمح المطبوعات لمساهمة أكبر من جانب جمهورها بدرجة تفوق مساهمة جماهير وسائل الإعلام الأخرى، وذلك لأن المطبوعات لا تواجه جمهورها بمتحدث يسمعه كما يفعل الراديو، أو يشاهده كما في التلفاز أو العرض السينمائي، ولهذا تسمح المطبوعة بحرية أكبر في التخيل، والتفسيرات.

6- تعتمد الوسائل المقروءة على حاسة البصر لإستقبال رسالتها المتمثلة في الكلمات والصور.. مما يجعلها متاحة حتى في وجود آخرين في ذات المكان، بعكس وسائل الإتصال السمعية أو البصرية التي تحتاج لإستقبال رسالتها الى حاستي السمع والبصر.. مما يجعل إستقبال رسالتها في مكان مكتض إما أن يسبب إزعاج للآخرين.. أو يشوش وجودهم على إستقبال الرسالة.

لما من حيث الجمهور فغالباً ما تقسم وسائل الإتصال الى أنواع بالنظر الى حجم المشاركين في عملية الإتصال.. والتي تبدأ بالفرد وتنتهي بالمجتمع كله، من هنا يمكن أن يقسم الإتصال (.. الى عدة أنواع منها:

1- الإتصال الذاتي: يتم بين شخص واحد.

2- الإتصال بين شخصين: وهو الإتصال الثنائي بين شخصين.

3- الإتصال بين الأشخاص: وهو الذي يتم بين مجموعة من الأفراد كالأُسرة أو الأصدقاء.

4- الإتصال بين الجماعة ذاتها: وهو يتم بين جماعة محددة مثل جماعة العمل أو النادي.

5- الإتصال بين الجماعات: وهو إتصال يتم بين أكثر من جماعة. مثل إتصال الأندية الرياضية.

6- الإتصال التنظيمي: وهو الإتصال الذي يتم داخل أو بين المؤسسات والمنظمات المختلفة.

7- إتصال بالجمهور: وهو إتصال يشمل جمهوراً في حجمه أكبر من الجماعة، وغير متجانس مثل زوار المسرح، أو مشاهدي كرة القدم، أو مستمعي للندوات الجماهيرية.

8- الإتصال الجماهيري: وهو الإتصال الذي يستخدم وسائل الإعلام الجماهيري لمخاطبة أفراد المجتمع).

وهناك خصائص أخرى هي:

أ. انتشار الاتصال الجماهيري عبر الزمان والمكان:

يمضي الإنسان يومه متحيزاً ومتحيزاً إليه وكتائباً وقارئاً للحديث والقديم، ومستمعاً ومستجيباً للعديد من الرموز الثقافية المحلية والعالمية. لهذا، يوجد الاتصال الجماهيري في كل مكان وكل لحظة ولا غنى عنه. من هنا يعبر الاتصال الجماهيري عن الأوضاع القائمة والبيئة المحيطة والثقافة المميزة لشعب معين، أو المناخ الثقافي، الذي يعبر عن حقيقة المجتمع وأوضاعه.

ب. الاشتراك والمشاركة في المعنى:

إن الاتصال، بوجه عام، والجماهيري، بوجه خاص، هو نشاط له هدف ومعنى. وهو فعل خلاق يباشر به الإنسان ويسعى فيه نحو تمييز المنبهات وتنظيمها، بحيث يتمكن من توجيه ذاته في بيئته وإشباع حاجاته المتغيرة. فقيام الإنسان بالاتصال هو عملية تحويل للمنبه الخارجي، من حالة مادة أولية أو خام إلى معلومات ذات معنى وهدف. لذا، يمكن القول إن هذا الفعل الخلاق، الذي يتمثل في إيجاد المعنى يقوم بوظيفة التقليل من غموض هذا العالم. وبناءً على ما سبق يمكن القول إن الاتصال الجماهيري يسهم في تقليل غموض العالم المحيط بنا.

ت. قابلية الاتصال الجماهيري للتنبؤ به بدرجة من الاحتمال :

أكدت الأبحاث العلمية أن الذي يحدث عندما تصل رسالة معينة من مصدر محدد، إلى جمهور معين، فإن الأمر يُعد مسألة قابلة للتنبؤ بآثارها، بدرجة مناسبة من الاحتمال.

ث. وجود جمهور كبير الحجم تصل إليه الرسالة الاتصالية.

ج. لاحتِمال تأخر الاستقبال: إذ تنتقل الرسالة عبر واسطة تتأثر بعوامل متعددة.

ح. صعوبة تحقيق مراقبة متبادلة أو تفاعل متبادل، بين المرسل والمستقبل.

خ. صعوبة الحصول على معلومات عن المستقبلين.

وسائل الاتصال الجماهيري:

الاتصال: هو عملية نقل المعلومات من شخص لآخر. وهي العملية التي

تتضمن مرسل ومستقبل ورسالة ووسيلة ورجع صدى مرة أخرى في بعض الأحيان.

مكونات نموذج الاتصال (مرسل - رسالة - مستقبل - تشويش - وسيلة - رجع للصدى).

أنواع الاتصال: 1- ذاتي 2- شخصي 3- جمعي 4- جماهيري

- الاتصال الغير جماهيري يمكن أن يتضمن:

1- للحديث 2- الإشارات 3- الاتصالات التليفونية 4- الرسائل البريدية 5- بعض استخدامات الانترنت 6- الوسائط المتعددة للتفاعلية.

- الاتصال الجماهيري :

هو عملية اتصال تقوم بها هيئات أو أفراد بهدف الوصول إلى عدد كبير جدا من الناس باستخدام وسيط مادي مستخدمة ما يعرف بوسائل الاتصال الجماهيري أو (وسائل الإعلام). وقد تراكبت وسائل الاتصال الجماهيري مع تقدم الزمن:

1 - الجرائد 2 - الإذاعة 3 - التليفزيون 4 - الانترنت 5 - السينما 6 - الانترنت

7 -الشرائط بأنواعها (فيديو - كاسيت....) 8 Pod-cast -خليط من كلمة (Pod-Broadcast والإعلام الجديد (الوسائط المتعددة).

- أهداف الاتصال الجماهيري (محتوى الرسالة) What, who, when, where, why, and how? (إعلام لماذا) - تحليل (كيف) - نقد(لماذا) - ترفية - حث على سلوك (الدعاية).

- عوامل أصبحت تؤثر على الاتصال الجماهيري - ثورة المعلومات - ثورة الاتصالات - الهيمنة الأمريكية - الاتصال والدعاية[b]

[B]الاتصال الاجتماعي:

هو ذلك الاتصال الذي يهدف الى معالجة كافة المشاكل الاجتماعية عن طريق استخدام جميع انواع الرسائل الاتصالية قصد تغيير الواقع السلبي نحو الافضل.

انواع الرسائل:

الرسائل الفكاهية: تلك الرسائل التي تتضمن حملة اعلامية في قالب فكاهي قصد معالجة قضية اجتماعية منتشرة.

الرسائل المخيفة: تلك الرسائل التي تحمل في طياتها اسلوب مخيف قصد ردع الجمهور للتخلي عن سلوك معين.

الرسائل الدرامية: تلك الرسائل التي تعالج قضايا اجتماعية حيث تكون الحملة ذات طابع سينمائي قصير.

أساليب الاتصال:

ثلاثة أساليب وهي:

السلطان: هو محاولة فرض الرأي بالقوة.

الامتثال: هو محاولة جعل الرأي يتماثل مع رأي الجماعة.

الاقناع: هو محاولة اقناع الآخرين عن طريق أسلوب الحجج.

الاتصال الجماهيري مقدمة في الاتصال الجماهيري - الفصل الأول

مقدمة: تطورت وسائل الاتصال الجماهيري في مرحلتين رئيسيتين هما المرحلة القديمة التي أخذت آلاف السنين و المرحلة الحديثة التي تمثلت باختراع الطباعة على يد العالم جوتنبرغ في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي.

اشرح نشأة عملية الاتصال (لعملية الاتصال بعد تاريخي):

1- في البداية استخدم الانسان الاصوات والاشارات للتواصل مع الآخرين.

2- اختراع اللغة واستخدام الرموز والرسوم والرموز المجردة.

3- استخدام النقوش والرسوم على الجدران الكهوف.

شهدت عملية تناقل المعلومات و تدوينها مراحل عديدة و ابتكارات متتالية منها:

1- لاختراع حروف الكتابة.

2- استخدام أوراق البردي والجلود والورق.

علل: بقي انتشار المعرفة محدودا حتى منتصف القرن الخامس عشر حين تم

لختراع المطبعة عن طريق جوتنبرغ؟ لأن توزيع الكتب انحصر على فئة معينة من الناس كاصنفاء الكاتب واعضاء الكنيسة.

كيف اسهمت الالة للطباعة بشيوع الثقافة؟ باستخدامها بطباعة النشرات

والصحف والمجلات و التي توزعت على جميع الفئات وفي كافة البلدان.

كيف بدأ عهد عصر الاتصال الجماهيري؟ اختراع الإنسان وسائل الاتصال الجماهيري كالتلفراف و آلة التصوير والاتصال السلكي وكانت تلك بداية عصر الاتصال الجماهيري.

اشرح كيف بدأ عصر الاتصال الجماهيري؟

1- في القرن التاسع عشر تمكن الإنسان من اختراع وسائل اتصال جماهيري جديدة مثل التلفراف و آلة التصوير .

2- في نهاية القرن التاسع عشر اخترع الإنسان السينما وفي بداية العشرينات اخترع الإنسان الراديو .

3- في أواخر الثلاثينيات من القرن العشرين اخترع الإنسان للتلفاز .

4- في الستينات من القرن العشرين اخترع الإنسان القمر الصناعي ثم اخترع الإنسان فيما بعد الحاسوب وكان ذلك بداية عصر الاتصال الالكتروني .

تعريف الاتصال العام: الاتصال هو تبادل الآراء و الأفكار و المعلومات بين الأفراد .

اشرح معنى التأثير بالاتصال بمثال: (المثال) يؤثر الخبر الجديد في معلوماتك كخبر ان السماء ستمطر غدا أو أن تسمع خبرا مفرحا أو محزنا فيؤثر في نفسك .

تعريف الاتصال كعملية تبادل و مشاركة: هو عملية نفسية اجتماعية ضرورية للإنسان تتم عبر تبادل المعاني بين الأفراد في المجتمع عبر نظام مشترك من الرموز و تكون الرموز متفق و متعارف عليها بين أفراد المجموعة .

أعط مثلا على الاتصال كعملية تبادل مشتركة: (المثال) البث التلفزيوني شكل من أشكال الاتصال بالجماهير و الذي يضم في محتواه الدعاية والاعلان والتعليم والترفيه .

فسر الحاجة للاتصال (أو يمكن ان يكون السؤال بالطريقة التالية) ركزت
تعاريف الاتصال على عدة نقاط أنكرها) حيث أن الحاجة للاتصال ونقاط التعاريف
ذاتها:

- 1- ان الاتصال حاجة نفسية و اجتماعية يتفاعل معها الانسان.
- 2- يحتاج الانسان للانتماء لمجموعة كتبادل الرموز ليطمئن.
- 3- الحاجة لتوكيد الذات حيث يحتاج الانسان للتأثير بالآخر.
- 4- نقل المعلومات.
- 5- الاتصال عملية أساسية للحياة الاجتماعية.

ما هي الاسباب التي أعاققت وجود تعريف واحد للاتصال:

- 1- أن الاتصال كعلم يتداخل مع أكثر من علم.
 - 2- علم الاتصال علم حديث.
 - 3- تعتبر ظاهرة الاتصال من الظاهر الاجتماعية المعقدة.
 - 4- كان لتطور التكنولوجيا دور في غياب التعريف الموحد للاتصال.
- من عناصر عملية الاتصال (1) المرسل (2) الرسالة (3) المستقبل
من مكونات عملية الاتصال (1) مرسل (2) رسالة (3) مستقبل

نموذج شانون:

مخطط نموذج شانون

من خصائص نموذج شانون وويفر:

- 1- لا يأخذ بالعلاقة بين المرسل والمستقبل.
- 2- لا يأخذ بعين الاعتبار بالخلفيات الاجتماعية والثقافية للمرسل والمستقبل.
- 3- لا يأخذ بالظروف المحيطة بعملية الاتصال كالفرح والحزن.

من سلبيات نموذج شانون وويفر:

- 1- خطي بسيط و غير دقيق لأنه يصف الاتصال بأنه عبارة عن عدة مراحل تبدأ من نقطة و تنتهي بنقطة في حين ان عملية الاتصال أكثر تعقيدا.
- 2- في الاتصال المباشر مثلا يتحول المستقبل بدوره الى مرسل و لذلك لا يمكن هنا القول بأن الاتصال خطي.

كيف تتم عملية الاتصال حسب شانون وويفر:

- 1- مثير داخلي يتحول لفكرة داخل عقل الانسان.
- 2- ترميز الفكرة الى رسالة.
- 3- نقل الرسالة.
- 4- فك رموز الرسالة من جانب مستقبل في صورة أفكار.
- 5- فهم الرسالة من جانب المستقبل.

من الخطوات التي قوم بها المرسل في نموذج شانون وويفر:

- (1) اتخاذ قرار الاتصال (2) الترميز (3) النقل

من الخطوات التي قوم بها المستقبل في نموذج شانون وويفر:

- (1) استقبال الرسالة (2) فك الترميز (3) الفهم أو الاستيعاب

من الانتقادات الموجهة الى نموذج شانون وويفر:

- 1- معظم عمليات الاتصال المباشر تتضمن عمليات تبادلية بين الطرفين وبالتالي لا يمكن أن يكون النموذج خطي.
- 2- كل المعاني ينقلها طرف الى الطرف الاخر يتأثر بالعلاقة بينهما.
- 3- الظروف المحيطة تؤثر في الموقف الاتصالي.
- 4- ان نموذج شانون خطي بسيط وغير دقيق ولا يأخذ بعين الاعتبار عملية الاتصال و تعقيداتها.

يقسم الاتصال الانساني الى مستويات رئيسية وهي:

- 1- الاتصال لذاتي: و يعتمد على اكتساب الانسان للخبرات.
- 2- الاتصال الشخصي: هو الذي يتم بين شخصين أو ثلاثة.
- 3- الاتصال داخل الجماعة: كالاتصال داخل الاسرة.
- 4- الاتصال المؤسسي: كالاتصال الذي يحدث داخل المؤسسة.
- 5- الاتصال الجماهيري.

من أهداف الاتصال بالجماهير:

- (1) الدعاية (2) الاقناع (3) التأثير (4) الاعلام (5) التحريض (6) التضليل (7) التثقيف.

عناصر الاتصال الجماهيري:

- 1- المرسل: المرسل بالاتصال الجماهيري يمكن أن يكون أكثر من شخص.
- 2- المنظمة الاعلامية: وهي الفلسفة التي يسير عليها الحزب الحاكم.
- 3- الاعلاميون: وتعني الذي يعملون بالاجهزة الاعلامية كالمخرجين والمصورين ومعنو البرامج ومقمني البرامج.

من خصائص الجمهور في الاتصال الجماهيري:

- (1) مختلفين بالثقافة (2) منعماولين عن بعضهم (3) تجمعهم كبير (4) لا يعرفون بعضهم (5) لا يعرفون القائم بالاتصال (6) غير مدرك لذاته.

لماذا يعتبر الاتصال الشخصي من أقوى أنواع الاتصال:

- (1) محدودية الافراد (2) يؤثر المتحاورون على أنفسهم بالاثارات (3) نسبة التشويش قليلة (4) امتلاك المتحاورين معلومات عن بعضهم (5) رجوع الصدى عاجل.

من خصائص الاتصال الجماهيري:

- (1) المرسل هو هيئة أو منظمة (2) الرسالة عامة (3) المتلقي الاول عبارة عن جهاز (4) المتلقي الثاني عبارة عن جمهور (5) رجوع الصدى ليس فوريا (6) التشويش أكبر.

من الوظائف العامة للاتصال الجماهيري:

- (1) مراقبة مجريات الأحداث (2) تجميع الاخبار (3) التنقيف (4) الاعلان والبيع (5) التسلية والترفيه.

كيف يمكن أن تكون وسائل الاتصال الجماهيري سلاح ذو حدين؟

- تكون ايجابية اذا استخدمت في نشر العلم و المعرفة والتنقيف والترفيه ونشر المعلومات.

- تكون سلبية اذا استخدمت بنشر الفتن الطائفية والتفريق بين الشعوب ونشر المشاكل والاشاعات.

من الوسائل التي نستطيع من خلالها التمييز بين وسائل الاتصال الجماهيري:

الاساس التكنولوجي (2) حسب سخونة الوسيلة و برودتها (3) وسائل تسلية ووسائل معلومات.

يمكن التمييز بين وسائل الاتصال الجماهيري عن طريق الاساس التكنولوجي

ووفقا لهذا تنقسم وسائل الاتصال الجماهيري الى ثلاث اقسام و هي:

1- وسائل الاتصال الجماهيري المطبوعة: كصحف لتي تستخدم وسائل الطباعة.

2- وسائل الاتصال الجماهيري الالكتروني: أي الوسائل التي تستخدم تكنولوجيا الالكترونيات.

3- وسائل الاتصال الجماهيري الفوتوغرافية: يطبق عليها ايضا وسائل الاتصال الكيميائية و هي تعتمد على أجهزة التصوير.

جدول المقارنة بين وسائل الاعلام الساخنة و الباردة:

لماذا لا يعتبر التلفزيون و الفاكس من وسائل الاتصال الجماهيري
لأنه المستقبل للرسالة في كلتا الجهازين يكون غالبا شخصا واحدا وهي رسالة
تحمل صفة شخصية ترسل من فاكس لى آخر أو هاتف الى آخر وليست جماهيرية.

اشرح كيف تتم عملية الاتصال:

(1) يتم وضع المعاني في رموز من جانب متخصصين في انتاج المواد
الاعلامية (2) ننقل الرسالة عبر التكنولوجيا الخاصة لنشرها (3) الاستقبال ويكون
عن طريق الجمهور عبر التلفاز أو الراديو أو الصحف (4) يقوم المستقبلون
للرسالة بفهم الرسالة.

معوقات الاتصال (من أهم الاسباب التي تعيق الاتصال):

التباين في مستوى الانراك: الاختلاف بالممّنوى الثقافي والفكري للجماهير.

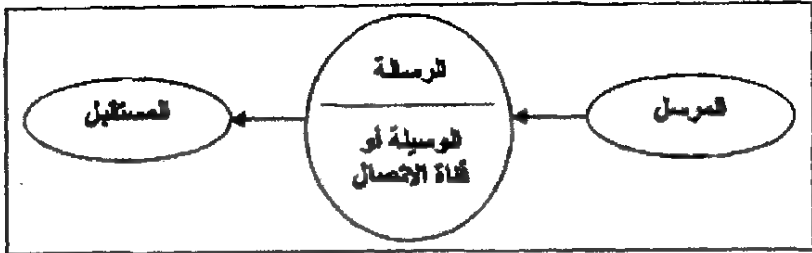
الفصل الثاني

نماذج الاتصال

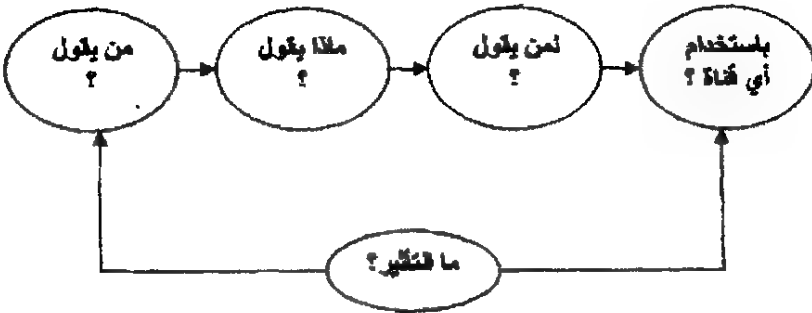
نماذج الاتصال

أنواع النماذج الاتصالية:

نموذج الاتصال التعليمي التقليدي:



نموذج لاسويل للاتصال:



طبيعة النماذج الاتصالية:

بالرغم من وجود اختلافات بين النماذج الاتصالية من حيث حجمها واختلاف التغيرات التي تظهرها أو تؤكدھا، لكن هذه الاختلافات يعتبرھا علماء الاتصال سطحية غير مهمة فالأمر المهم عند المقارنة ما بين النماذج هو تصنيفھا يقع بشكل عام من خلال مايلي:

أولاً - النماذج البنائية: وهي النماذج التي تظهر الخصائص الرسمية للحدث أو الشيء أي المكونات وعدد وحجم وترتيب الأجزاء المنفصلة للنظام أو الظاهرة التي نصنفها.

ثانياً - النماذج الوظيفية: وهي النماذج التي تقدم لنا صورة عن طبقة الأصل للأسلوب الذي بمقتضاه يعمل النظام وتفسر الطبيعة القوى أو التغيرات التي تؤثر على النظام أو الظاهرة.

ملامح النماذج الاتصالية:

أولاً: كل نموذج يمثل فكرة مستقلة (نظرية - مبدأ) وتتأثر بالدرجة الأولى باتجاه البحث والدراسة.

ثانياً: إذا كان هناك اتفاق في معظم النماذج على تحديد العناصر وعلاقتها ببعضها، واتجاه حركة هذه العلاقات، إلا أنه في مجال دراسة اتجاهات التأثير يفضل عدم الاكتفاء بنموذج واحد، بل من الأفضل دراسة النماذج في إطار متكامل.

ثالثاً: إذا كانت النماذج الخاصة بعملية الاتصال من منظور علم النفس، أو علوم اللغة وعلم النفس اللغوي بالدرجة الأولى باتصال مواجهة أو اتصال الجماعات الصغيرة، وكذلك النماذج التي يقدمها علماء الاتصال بالجمهور تهتم بوسائل الإعلام وجمهور المتلقين بالدرجة الأولى، فليس هناك ما يمنع من استخدام النماذج الأولى كقاعدة أولية لبناء نماذج الاتصال في عملية الاتصال بالجمهور والإعلام.

رابعاً: أن إعداد النماذج يتم بصورة أساسية لتوضيح الظاهرة أو حدث معين أو لكي تعاون أو تساعد الباحث على التنبؤ أو لمجرد التفسير.

شرح نماذج الاتصال:

تعتبر عملية الاتصال تفاعلاً بين البشر والوثائق - الآلات - الطبيعة كما عرفنا سابقاً (وقسمت الاتصالية إلى أجزاء صغيرة (parts) أو إلى عناصر

ومتغيرات تتمثل بالعلاقة بين المرسل والمستقبل) ومدى الاستقبال (التأثير) ولتسهيل تصور عملية الاتصال وضعت في نماذج متنوعة هدفها تنظيم وترتيب هذه العناصر مع بعضها البعض بالإضافة إلى إظهار العلاقة فيما بينها وتعتبر هذه النماذج تصورياً للعناصر الرئيسية التي تنخل في عملية الاتصال. قبل دراسة النماذج الموجودة لابد أن نحدد فوائد استخدام هذه النماذج التي يمكن أن نوصفها في: أنها تزودنا بصورة جزئية عن أشياء كلية هذه الأشياء من الصعب إدراكها بدون (النماذج) التي هي عبارة عن خرائط تفصيلية للمعالم الأساسية لعملية الاتصال. إعداد النماذج في شرح وتحليل العمليات الاتصالية المعقدة أو الصعبة أو الغامضة بطريقة مبسطة فهي ترشد الباحث إلى النقاط الرئيسية لعملية الاتصال تساعد في عملية التنبؤ بالنتائج أو بمسار الأحداث في عملية الاتصال وهذا الأمر يساعد في عملية وضع فرضيات البحث.

حتى يومنا هذا يوجد العديد من النماذج الاتصالية نوضح أهمها:

* نموذج لاسويل للاتصال lasweus model of communion

وضعه العالم السياسة الأمريكي (هارلد لاسويل) عام 1948 وقال إن الطريقة المناسبة لوصف عملية الاتصال وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية:

من المرسل who sender

ماذا يقول الرسالة message says what

في أية قناة الوسيلة in which channel medium

لمن المستقبل to whom receive

التأثير EFFECT :

ونلاحظ أن لاسويل اهتم بتأثير العملية الاتصالية على المستقبل وذلك لأن تركيزه انصب على دراسة وتحليل محتوى الدعاية الأساسية والرأي العام في أمريكا إلا أن هذا النموذج انتقد كثيراً بسبب:

1- يقول لاسويل من البديهي أن للمرسل هدف للتأثير على المستقبل.

2- يفترض أن الرسائل الاتصالية دائماً لها تأثير.

3- المبالغة في عملية التأثير على الاتصال الجماهيري بسبب اهتماماته الأساسية.

ويمكن استخدام هذا النموذج وتطبيقه في تحليل الدعاية السياسية وأثرها على الرأي العام وخاصة في تحليل الحروب النفسية وفي عملية الإعلان التجاري.

4- حذف عنصر أساسياً وهو عنصر الاستجابة أو التغذية الراجعة من نموده بالاتصال لديه يسير في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل ليحقق تأثير ما. وهذا يعكس تاريخ وضع هذا النموذج الذي يعد من أوائل النماذج.

* النموذج الدائري: لاسجود وشرام

The osgeed and schramm circular model

وضع النموذج عام 1959 ويتكون من العناصر التالية: المرسل - الرسالة - المستقبل. كما يبين النموذج تماثلاً أو تساوياً بين سلوك المرسل والمستقبل من خلال عملية الاتصال ويعتمد كل من شرام و أسجود على دراسة سلوك المرسل والمستقبل في تفسير عملية الاتصال كما يلي:

حيث يقوم المرسل بتحويل الأفكار إلى رموز ويصوغها في رسالة ويحولها قد تكون الرسالة مكتوبة أو ناطقة أو إشارة إيمائية (اليد - العين).

والرسالة لديه عبارة عن رمز واحد أو مجموعة من الرموز وقد تكون كلمة إذاعية أو تلفزيونية أو مقالة أو جريدة أو حتى شفرة عسكرية، إشارة خط شكل كتاب. أما المستقبل الذي يستقبل الرسالة ويحولها إلى رمز ويفسرهما حتى يفهم معناها أما عملية الاتصال هنا تتم فكرة ما توجد في ذهن المؤلف (المرسل) يريد أن يوصلها إلى المستقبل أو حتى يشاركه فيها فيقوم بتحويلها إلى رمز على شكل

كلمات منطوقة أو مكتوبة أو إشارات يضعها في رسالة للمستقبل الذي يستقبلها فيحولها أيضاً إلى رموز أو حتى يقوم بترجمتها ويفسرهما ليفهم معناها وبناء على فهم المستقبل للرسالة يرد على المرسل على الشكل التالي:

يضع المستقبل فكرته أو مشاعره في رموز فيضع رسالة جديدة يرسلها للمرسل الأصلي (المستقبل الجديد) الذي بدوره يحولها إلى رموز بعد تفسيرها أو ترجمتها ليتمكن أيضاً من فهمها.

مما تقدم نرى أن نموذج اسجود وشرام يقوم المرسل والمستقبل بنفس الوظائف الاتصالية في بداية العملية الاتصالية ونهايتها وكل من المرسل والمستقبل يتبادلان الأدوار.

كما يتضح من هذا النموذج أن كل من دور المرسل والمستقبل متساوية وبشكل محدود وأن وظيفة صياغة الأفكار في رموز متشابهة لإرسال الرسالة ووظيفة تحويل الرسالة إلى رموز متشابهة للاستقبال.

كما يمكن أن يستخدم هذا النموذج في وصف الاتصال الشخصي بأكثر منه في حالة الاتصال الجماهيري لأنه يقوم بدراسة المرسل والمستقبل وكيفية تبادل الرسائل بينهما.

* نموذج روس: ross model

وضع روس هذا النموذج عام 1965 ويحتوي على عناصر أساسية تشبه إلى حد ما عناصر نموذج لاسويل. فيها يوضح روس أن عملية الاتصال تتأثر بمشاعر واتجاهات ومعلومات كل من المرسل (المصدر - مفسر) والمستقبل (محلل ومفسر الرسالة) فإذا ما كانت الرسالة المرسله غير دقيقة فإن المستقبل لا يستطيع أن يفسرها وحتى فهمها بشكل دقيق وسبب ذلك أن الرسالة الواصلة إلى المستقبل مختلفة عن الرسالة الأصلية التي أرسلت من قبل المرسل. أما قنوات الاتصال فتتمثل بقنوات الحواس الرئيسة لدى الإنسان المعاني وهي سمعية - بصرية -

شعورية (احساس)، وتكون للرسالة على شكل (رموز- لغة - صوت) مشاعر اتجاهات معلومات رموز لغة صوت مشاعر اتجاهات معلومات.

مما تقدم نجد أن الاتصال يسير باتجاهين كما يؤثر بالجو العام الذي تحدث فيه عملية الاتصال كونها عملية مستمرة، متغيرة، تنمائية والاتصال هو عبارة عن تفاعل اجتماعي بين الناس يتأثر بأحوالهم وثقافتهم وبيئتهم.

* نموذج شانون و ويفر : shannon and wever model

وضع شانون هذا النموذج حين كان يعمل في شركة بل الأمريكية للهاتف ومساعدته ويفر عام 1949، فيه نجد أن عملية تسير في طريق واحد وحدد ثلاث خطوات لمسير عملية كما نوه إلى عنصر التشويش الذي يعيقها على الشكل التالي:

الخطوة الأولى في الاتصال هي مصدر المعلومات الذي يقوم بإنتاج رسالة أو سلسلة رسائل اتصالية بعدها يتم تحويل الرسالة الاتصالية بواسطة إشارات إلى جهات الليث أو الإرسال بحيث تتناسب مع طبيعة القناة إلى جهاز الاستقبال على أن تكون وظيفة الثاني على عكس الأولى لأن جهاز الإرسال يحولها إلى إشارة الكترونية بينما الاستقبال يحولها إلى رسالة اتصالية.

لنقل بالنهاية للرسالة إلى وجهتها بالإضافة إلى المشاكل التي تتعرض لها للرسالة الاتصالية من تشويش ويحصل ذلك عند مرور عدة إشارات عبر نفس القناة وفي نفس الوقت الأمر الذي يؤدي إلى اختلافات بين الإشارة المبتوثة والواصلت إلى المستقبل أو إلى الجهة المرجوة إلى المستقبل...إلا أن هذا النموذج تم نقده بسبب عدم احتوائه على عنصر التغذية الراجعة أو الاستجابة وتسير في طريق واحد إلا أن الأمر الآن تغير بتغير وسائل الاتصال... استخدم النموذج علماء المعلومات واللغة والملوك.

* نموذج ديفلور defleur's model

الذي يعتبر تطوير النموذج شانون قدمه ديفلور عام 1966 ويتم الاتصال على الشكل التالي كما يناقش ديفلور مدى التطابق بين الرسالة المنتجة بين المصدر والرسالة الواصلة إلى المستقبل حيث تمكن من ملاحظة أنه أثناء عملية الاتصال يتحول المعنى الموجود في ذهن المرسل إلى رسالة اتصالية ومن ثم يقوم جهاز الإرسال بتحويلها إلى معلومات التي تمر عبر قناة قد تكون جماهيرية لتصل إلى المستقبل الذي يقوم بتحويلها كرسالة اتصالية.

و تقسم مستويات الاتصال الى ثلاثة مستويات وهي:

1- مستوى الفرد.

2- مستوى الموضوع.

3- مستوى لغرض.

على مستوى الفرد:

وهو أنواع:

أولا - الاتصال الذاتي:

وهو العملية الاتصالية التي تتفاعل وتأخذ مكانها داخل المرء نفسه وذاته فهذا النوع من الاتصال لا يحتاج الى شخصين مرسل ومستقبل.

ثانيا - الاتصال الشخصي:

وهو الاتصال الذي يكون بين شخصين أو فرد وآخر أو بين مجموعة قليلة من الأفراد.

ثالثا - الاتصال الوسيط:

وهو أحد أنماط الاتصال يتم بين نوعين من الاتصال، الاتصال المواجهي والاتصال الجماهيري.

رابعاً - الاتصال العام:

وهو وجود الفرد مع مجموعة من الأفراد.

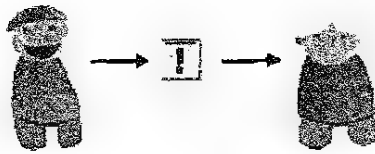
خامساً - الاتصال الجمعي:

ويحدث هذا الاتصال بين مجموعة من الناس.

النماذج الخطية:

تعريف عام:

انتشرت النماذج الخطية بعد الحرب العالمية الأولى، هذه النماذج غالباً ما تسمى بال "الحقنة" أو بـ "إطلاق الرصاصة". وطريقة هذا النموذج أن المعلومات تذهب بشكل مباشر إلى الجمهور الملتقي. ومن أهم العناصر التي تستخدم للعمليات الاتصالية هما: المرسل والرسالة. ويرى أن المجتمع يتأثر بشكل سريع والقحت التسمية على هذا الجمهور بـ "جمهور سلبي". العالم الذي اخترع هذا النوع من النموذج هو العالم هارولد لاسويل. في عام 1927 كتب هذا العالم حول تكتيكات الدعاية وتحدث عن لظواهره التي كانت تتحقق في السابق عن طريق العنف والقهر ولكن الآن يمكن أن يكون عن طريق الإقناع. ظن العالم لاسويل أن الشخص يتأثر بشكل سريع من وسائل الاتصال (الإعلام) كالإبرة تماماً أو الرصاصة أو الحقنة. وأصبح يوجد نهوض كبير في علم الدعاية والتي تؤثر بشكل مباشر. القى انتباه الأمريكيان مخاطر هذا الحقل من حقول الاتصال فقاموا بتأسيس معهد ليقومو بتحليل الدعاية في عام 1938 بعد استدراكهم مدى التأثير الكبير لدى الناس وسهولة إقناعهم. هذا النموذج الخطي يرى أن للمرسل قوة كبيرة في التأثير بعقول الناس وتحدد اتجاهات الناس بالطريقة التي يريدها. الجماهير عباره عن "كائنات سلبية ومنفصلة" يتصرفون بشكل مماثل ولكن التباين بين الأفراد والجماعات وتصنيف الناس في علم الاجتماع وفق (نظرية للتصنيف) إلى عدة فئات. توصل الأمر أن الناس مختلفون بحسب الدرجة المعرفية لديهم. فأصبحت عملية تلقيهم للرسالة الإعلامية بشكل متباين. وينسحب الأمر على عملية التأثير .



النماذج المركزة على المعنى- تعريف عام + التركيز على مفهوم المعنى الدلالي:

حتى يكون لدينا إتصال ناجح فيجب أن نركز هنا على أهمية عملية الترميز من المرسل والمستقبل، ويقصد بالترميز إمكانية صياغة المعنى المراد به من قبل المرسل في رموز تعبر عن هذا المعنى للمستمع، فاللغة ليست فقط أداة تتقل المعلومات بل تتعدى ذلك في كونها مثير ومنبه للأشخاص حتى يحققوا الإستجابة المطلوبة، وتكمن أهمية هذا المنبه في معناه وما يراد به منه و يسمى باللغة العربية بدلالة الرموز و بالإنجليزية تسمى ب semantic لذلك نرى أن علماء اللغة وعلماء النفس اللغوي قاموا بالاهتمام بالعمليات الناتجة من الاطراف المشاركة في عملية الاتصال، فالفرد يقوم بتشكيل بناء أو تركيب نحوي حتى يعبر عن فكرة، أو يحلل ما يقوله الاخرين ليصل الى الدلالات الضمنية أو البيانات النحوية للتركيب، فإذا اراد شخص ما التواصل مع صديقه فيجب أن يكونا كلاهما على علم باللغة المستخدمة بينهما فلا تستطيع إجبار رجل من السعودية الحديث مع رجل من اليابان لا توجد بينهما لغة مشتركة ، لذلك يختار الفرد الرموز على حسب دلالاتها الضمنية ووضوح معناها لنقلها للآخرين، فالرسالة إذا هي التي تضم رموزاً اتصالية تعبر عن افكار و آراء الشخص، وعلى الجانب الاخر نجد المستمع الذي يقوم بتفسير هذه الرموز حتى يصل الى دلالاتها الضمنية والاستجابة المطلوبة ، إذا الاتصال يتأثر بالسلوك اللغوي القائم على تفسير الفرد ورؤيته للرموز وإعطائها دلالات معينة تؤثر على عملية الاتصال.

النماذج المركزة على الجانب الاجتماعي- مقدمة عامة+ التركيز على مفهوم الخبرة المشتركة

أثرت شبكة العلاقات الاجتماعية على اتخاذ القرارات الاتصالية وأهمية التباين والاتفاق داخل الجماعات وغيرها من النتائج التي أكدت على أن الأفراد في جمهور المتلقين ليسوا ذرات منفصلة أو وحدات منعزلة ولكنهم ينتمون بشكل أو بآخر إلى شبكة من البناءات الاجتماعية التي تؤثر على قراراتهم واتجاهاتهم نحو مخرجات عمليات الاتصال ، وهناك بحوث كان لها تأثير كبير في اتجاه الباحثين في الاتصال على تأكيد الانتماء الاجتماعي لأطراف عملية الاتصال. وقد أكد الباحثان جون ريلي وماتيلدا ريلي على تأثير الجماعات الأولية والبناءات الاجتماعية الأخرى في المجتمع على كل من المرسل والمستقبل وكذلك تأثير السياق الاجتماعي العام على عملية الاتصال وقد اعتمد الباحثان بصفة خاصة بتأثير الجماعات الأولية وتقوم رؤيتهم على تحليل الاتصال الجماهيري في إطار اجتماعي على اعتبار أن الاتصال الجماهيري نظام اجتماعي بين أنظمة أخرى في السياق الاجتماعي العام. مجال الخبرة المشتركة تقع في نظام الاشارات (الرموز- الرسالة) فيؤكد شرام على الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل لتحديد ما إذا كانت الرسالة متصلة إلى الهدف بالطريقة التي قصدها المصدر. فوجود الخبرة المشتركة ضمان لنجاح عملية الاتصال بحيث يعتمد فك الرموز لدى المستقبل على ثقافته التي يشارك فيها المرسل ويمكن أن تكون هذه الخبرة لغة مشتركة وخلفيات مشتركة وثقافة مشتركة في إطار دلالي واحد.

نماذج الاتصال:

نماذج الاتصال:

تعتبر عملية الاتصال تفاعلاً بين البشر والوثائق - الآلات-الطبيعة (كما عرفنا سابقاً).

وقسمت الاتصالية إلى أجزاء صغيرة (parts) أو إلى عناصر ومتغيرات تتمثل بالعلاقة بين المراسل والمستقبل. ومدى الاستقبال (التأثير) ولتسهيل تصور عملية الإتصال وضعت في نماذج متنوعة هدفها تنظيم وترتيب هذه العناصر مع بعضها البعض بالإضافة إلى إظهار العلاقة فيما بينها وتعتبر هذه النماذج تصويراً للعناصر الرئيسية التي تتخل في عملية الإتصال.

قبل دراسة النماذج الموجودة لابد أن نحدد فوائد استخدام هذه النماذج التي يمكن أن نوضحها في:

1. أنها تزودنا بصورة جزئية عن أشياء كلية هذه الأشياء من الصعب إدراكها بدون (النماذج) التي هي عبارة عن خرائط تفصيلية للمعالم الأساسية لعملية الإتصال.

2. إعداد النماذج في شرح وتحليل العمليات الاتصالية المعقدة أو الصعبة أو الغامضة بطريقة مبسطة فهي ترشد الباحث إلى النقاط الرئيسية لعملية الإتصال.

3. تساعد في عملية التنبؤ بالنتائج أو بمسار الأحداث في عملية الإتصال وهذا الأمر يساعد في عملية وضع فرضيات البحث.

حتى يومنا هذا يوجد العديد من النماذج الاتصالية نوضح أهمها:

* نموذج لاسويل للاتصال **lasweus model of communion**

وضعه العالم السياسة الأمريكي (هارلد لاسويل) عام 1948 وقال إن الطريقة المناسبة لوصف عملية الاتصال وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية:

1- من المرسل **who sender**

2- ماذا يقول الرسالة **message says what**

3- في أية قناة الوسيلة **in which channel medium**

4- لمن المستقبل **to whom receive**

التأثير EFFECT :

ويمكن توضيح ذلك:

ونلاحظ أن لاسويل اهتم بتأثير العملية الاتصالية على المستقبل وذلك لأن تركيزه انصب على دراسة وتحليل محتوى الدعاية الأساسية والرأي العام في أمريكا إلا أن هذا النموذج انتقد كثيراً بسبب:

1- يقول لاسويل من البديهي أن للمرسل هدف للتأثير على المستقبل. ما علينا إلا النظر إلى عملية الاتصال على أنها عملية إقناعية أو حتى إغرائية.

2- يفترض أن الرسائل الاتصالية دائماً لها تأثير.

3- المبالغة في عملية التأثير على الاتصال الجماهيري بسبب اهتماماته الأساسية.

ويمكن استخدام هذا النموذج وتطبيقه في تحليل الدعاية السياسية وأثرها على الرأي العام وخاصة في تحليل الحروب النفسية وفي عملية الإعلان التجاري وأخبار الدبلوماسيين والجواسيس والمراسلين الصحفيين..

4- حذف عنصر أساسياً وهو عنصر الاستجابة أو التغذية الراجعة من نموذج الاتصال لديه يسير في اتجاه واحد من المراسل إلى المستقبل ليحقق تأثير ما. وهذا يعكس تاريخ وضع هذا النموذج الذي يعد من أوائل النماذج.

• النموذج الدائري: لاسجود وشرام

The osgeed and schramm circulan model

وضع النموذج عام 1959 ويتكون من العناصر التالية: المرسل - الرسالة - المستقبل. كما يبين النموذج تماثلاً أو تساوياً بين سلوك المرسل والمستقبل من خلال عملية الاتصال ويعتمد كل من شرام و أسجود على دراسة سلوك المرسل و المستقبل في تفسير عملية الاتصال كما يلي:

- حيث يقوم المرسل بتحويل الأفكار إلى رموز وبصوغها في رسالة ويحولها بعد تكون الرسالة مكتوبة - ناطقة - إشارة إيمانية (اليَد - للعين) -".

- والرسالة لديه عبارة عن رمز واحد أو مجموعة من الرموز وقد تكون كلمة إذاعية أو تلفزيونية أو مقالة أو جريدة أو رسالة شخصية ما أو مسألة أو سؤال صحفي أو حتى شيفرة عسكرية، إشارة خط شكل كتاب، أما المستقبل الذي يستقبل الرسالة ويحولها إلى رمز ويفسرها حتى يفهم معناها

أما عملية الاتصال هنا تتم:

فكرة ما توجد في ذهن المؤلف (المرسل) يريد أن يوصلها إلى المستقبل أو حتى يشاركه فيها فيقوم بتحويلها إلى رمز على شكل كلمات منطوقة أو مكتوبة أو إشارات يضعها في رسالة للمستقبل الذي يستقبلها فيحولها أيضاً إلى رموز أو حتى يقوم بترجمتها ويفسرها ليفهم معناها.

وبناء على فهم المستقبل للرسالة يرد على المرسل على الشكل التالي:

يضع المستقبل فكرته أو مشاعره في رموز فيضع رسالة جديدة يرسلها للمرسل الأصلي (المستقبل الجديد) الذي بدوره يحولها إلى رموز بعد تفسيرها أو ترجمتها ليتمكن أيضاً من فهمها...

مما تقدم نرى أن نموذج اسجود وشرام يقوم المرسل والمستقبل بنفس الوظائف الاتصالية في بداية العملية الاتصالية ونهايتها وكل من المرسل والمستقبل يتبادلان الأدوار.

كما يتضح من هذا النموذج أن كل من دور المرسل والمستقبل متساوية وبشكل محدود وأن وظيفة صياغة الأفكار في رموز متشابهة لإرسال الرسالة ووظيفة تحويل الرسالة إلى رموز متشابهة للاستقبال.

كما يمكن أن يستخدم هذا النموذج في وصف الاتصال الشخصي بأكثر منه في حالة الاتصال الجماهيري لأنه يقوم بدراسة المرسل والمستقبل وكيفية تبادل الرسائل بينهما.

• نموذج روس: ross model

وضع روس هذا النموذج عام 1965 ويحتوي على عناصر أساسية تشبه إلى حد ما عناصر نموذج لاسويل. فيها يوضح روس أن عملية الاتصال تتأثر بمشاعر واتجاهات ومعلومات كل من المرسل (المصدر - مفسر) والمستقبل (محلل ومفسر الرسالة) فإذا ما كانت الرسالة المرسلة غير دقيقة فإن المستقبل لا يستطيع أن يفسرها وحتى فهمها بشكل دقيق وسبب ذلك أن الرسالة الواصلة إلى المستقبل مختلفة عن الرسالة الأصلية التي أرسلت من قبل المرسل. أما قنوات الاتصال فتتمثل بقنوات الحواس الرئيسية لدى الإنسان المعاقى وهي "سمعية - بصرية - شعورية (احساس)"، وتكون الرسالة على شكل (رموز - لغة - صوت). مشاعر اتجاهات معلومات رموز لغة صوت مشاعر اتجاهات معلومات.

مما تقدم نجد أن الاتصال يسير باتجاهين كما يؤثر بالجو العام الذي تحدث فيه عملية الاتصال كونها عملية مستمرة متغيرة، دناميكية والاتصال هو عبارة عن تفاعل اجتماعي بين الناس يتأثر بأحوالهم وثقافتهم وبيئتهم....

• نموذج شانون و ويفر: shannon and wever model

وضع شانون هذا النموذج حين كان يعمل في شركة بل الأمريكية للهاتف ومساعدته ويفر عام 1949، فيه نجد أن عملية تسير في طريق واحد وحدد ثلاث خطوات لتسير عملية كما توه إلى عنصر التشويش الذي يميها على الشكل التالي:

الرسالة إشارة واصلة إشارة رسال:

الخطوة الأولى في الاتصال هي مصدر المعلومات الذي يقوم بإنتاج رسالة أو سلسلة رسائل اتصالية بعدها يتم تحويل الرسالة للتصالية بواسطة إشارات إلى

جهات البث أو الإرسال بحيث تتناسب مع طبيعة القناة إلى جهاز الاستقبال على أن تكون وظيفة الثاني على عكس الأولى لأن جهاز الإرسال يحولها إلى إشارة الكترونية بينما الاستقبال يحولها إلى رسالة اتصالية.

لنقل بالنهاية الرسالة إلى وجهتها، بالإضافة إلى المشاكل التي تتعرض لها الرسالة الاتصالية من تشويش ويحصل ذلك عند مرور عدة إشارات عبر نفس القناة وفي نفس الوقت الأمر الذي يؤدي إلى اختلافات بين الإشارة المبعثة والواصلة إلى المستقبل أو إلى الجهة المرجوة إلى المستقبل... إلا أن هذا النموذج تم نقده بسبب عدم احتوائه على عنصر التغذية الراجعة أو الاستجابة وتسير في طريق واحد...

إلا أن الأمر الآن تغير بتغير وسائل الاتصال... استخدم النموذج علماء المعلومات واللغة والسلوك...

1. نموذج ديفلور: defleur's model

الذي يعتبر تطوير النموذج شانون قدمه ديفلور عام 1966 ويتم الاتصال على الشكل التالي:

كما يناقش ديفلور مدى التطابق بين الرسالة المنتجة بين المصدر والرسالة الواصلة إلى المستقبل حيث تمكن من ملاحظة أنه أثناء عملية الاتصال يتحول المعنى الموجود في ذهن المرسل إلى رسالة اتصالية ومن ثم يقوم جهاز الإرسال بتحويلها إلى معلومات التي تمر عبر قناة قد تكون جماهيرية لتصل إلى المستقبل الذي يقوم بتحويلها كرسالة اتصالية ليحصل على المعنى المطلوب فإذا ما كان تطابقاً بينهما يكون الاتصال قد تم، علماً أنه نره إلى أن هذا التطابق نادراً ما يكون كاملاً...

كما أضاف عنصر التغذية الراجعة أو الاستجابة إلى نموذج شانون وركز على كيفية حصول المصدر على الاستجابة من المستقبل تساعده على تعديل رسالته الاتصالية للتأثير على المستقبل أو وجهة نظر الرسالة الاتصالية.

لتسهيل تصور عملية الإتصال وضعت في نماذج متنوعة هدفها تنظيم وترتيب هذه العناصر مع بعضها البعض بالإضافة إلى إظهار العلاقة فيما بينها وتعتبر هذه النماذج تصوراً للعناصر الرئيسية التي تدخل في عملية الإتصال.

فوائد استخدام هذه النماذج:

1. أنها تزودنا بصورة جزئية عن أشياء كلية هذه الأشياء من الصعب إدراكها بدون (النماذج) التي هي عبارة عن خرائط تفصيلية للمعالم الأساسية لعملية الإتصال.
2. إعداد النماذج في شرح وتحليل العمليات الاتصالية المعقدة أو الصعبة أو الغامضة بطريقة مبسطة فهي ترشد الباحث إلى النقاط الرئيسية لعملية الإتصال.
3. تساعد في عملية التنبؤ بالنتائج أو بمسار الأحداث في عملية الإتصال وهذا الأمر يساعد في عملية وضع فرضيات البحث.

حتى يومنا هذا يوجد العديد من النماذج الاتصالية نوصح أهمها:

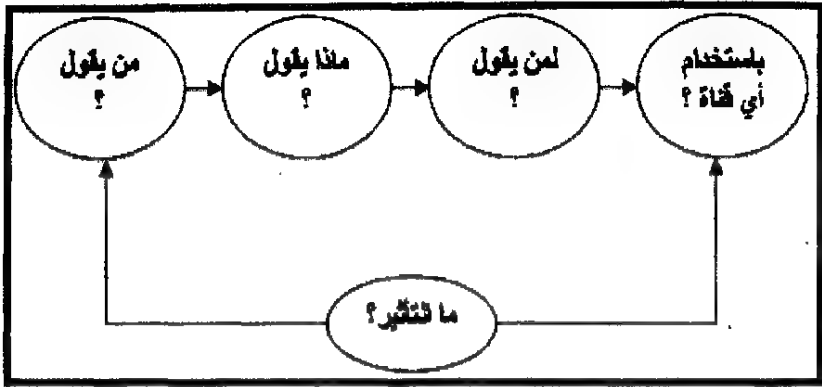
1- نموذج لاسويل للاتصال (lasweus model of communion)

وضعه عالم السياسة الأمريكي (هارولد لاسويل) عام 1948 واستخدم بشكل كبير في الدراسات الاعلامية والاتصالية. وقد صاغ لاسويل نموذجه من خمس أسئلة (من، ماذا، بأي واسطة، لمن، و بأي تأثير) و يعتبر هارولد لاسويل مؤسس (الطريقة الكمية لتحليل المضمون).

يقول لاسويل إن الطريقة المناسبة لوصف عملية الاتصال وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية:

- | | | |
|----------------|---|----------|
| 1- من يقول ؟ | ← | المرسل |
| 2- ماذا يقول ؟ | ← | الرسالة |
| 3- لمن يقول ؟ | ← | المستقبل |

- 4- بأي وسيلة أو قناة؟ ← الوسيلة
- 5- ما التأثير؟ ← التغذية الراجعة



نموذج لاسويل للاتصال:

ونلاحظ أن لاسويل اهتم بتأثير العملية الاتصالية على المستقبل وذلك لأن تركيزه انصب على دراسة وتحليل محتوى الدعاية الأساسية والرأي العام في أمريكا إلا أن هذا النموذج انتقد كثيراً بسبب:

- 1- يقول لاسويل من البديهي أن للمرسل هدف للتأثير على المستقبل. ما علينا إلا النظر إلى عملية الاتصال على أنها عملية اقناعية أو حتى إغرائية.
- 2- يفترض أن الرسائل الاتصالية دائماً لها تأثير.
- 3- المبالغة في عملية التأثير على الاتصال الجماهيري بسبب اهتماماته الأساسية.

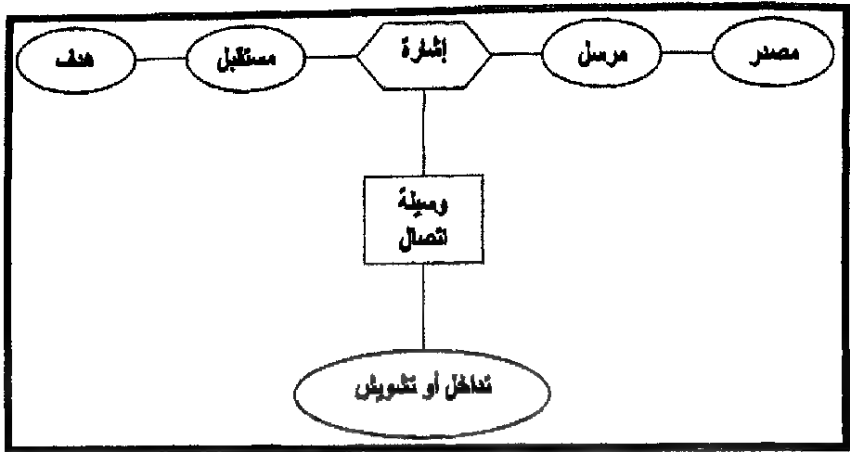
ويمكن استخدام هذا النموذج وتطبيقه في تحليل الدعاية السياسية وأثرها على الرأي العام وخاصة في تحليل الحروب النفسية وفي عملية الإعلان التجاري وأخبار الدبلوماسيين والجواسيس والمراسلين الصحفيين..

4- حذف عنصر أساسياً وهو عنصر الاستجابة أو التغذية الراجعة من نموذج الاتصال لديه يمسير في اتجاه واحد من المراميل إلى المستقبل ليحقق تأثير ما. وهذا يعكس تاريخ وضع هذا النموذج الذي يعد من أوائل للنماذج.

2- نموذج بث الاشارات لشانون و ويفر (hannon and wevermodel)

وضعه الرياضي شانون حين كان يعمل في شركة بل الأمريكية للهاتف هو ومساعداه ويفر عام 1949، وأصبح النموذج الأكثر تأثيراً وقد استقطب شانون الصيغة الاولى من بث اشارات المنظومة التقنية كتلفون التلغراف ثم سرعان ما تم تعديله لتعديل عملية الاتصال بين الافراد فتم تبديل جهاز الارسال بالمرسل و جهاز الاستقبال بالمستقبل. وقد اضاف نموذج شانون فكرة جديدة هي فكرة التشويش (أي الاضطراب في عملية الاتصال) و يبنى شانون سير المعلومات من المصدر الى المستقبل و قبل أن تصل للمستقبل فان هذه المعلومات تعترضها ظروف مختلفة مثل للتحريف أو المواد الدخيلة كالبكاء أو الضحك و يطلق عليها مصدر التشويش و هي غير موجودة في أصل الرسالة و هذا ما يعرقل عملية الفهم. فالرسالة تتعرض لى التشويش أثناء رحلتها من المرسل الى المستقبل و هذا يؤدي الى ما نسميه بعدم التيقن و يمكن التغلب على عدم التيقن بالتكرار و هناك صور لهذا التشويش تمارسها مثل الرسوم الكاركاتورية التي تظهر على الصحف والمجلات فتكون عملية الفهم مشوشة و مختلفة من مستقبل الى آخر.

في هذا النموذج نجد أن عملية الاتصال تفسر في طريق واحد وقد حدد ثلاث خطوات لمسيرها منوها إلى عنصر التشويش الذي يعيقها على الشكل التالي:



نموذج شانون وويفر للاتصال:

الخطوة الأولى في الاتصال هي مصدر المعلومات الذي يقوم بإنتاج رسالة أو سلسلة رسائل اتصالية بعدها يتم تحويل الرسالة الاتصالية بواسطة إشارات إلى جهات البث أو الإرسال بحيث تتناسب مع طبيعة القناة إلى جهاز الاستقبال على أن تكون وظيفة الثاني على عكس الأولى لأن جهاز الإرسال يحولها إلى إشارة الكترونية بينما الاستقبال يحولها إلى رسالة اتصالية.

لنقل بالنهاية الرسالة إلى وجهتها، بالإضافة إلى المشاكل التي تتعرض لها الرسالة الاتصالية من تشويش ويحصل ذلك عند مرور عدة إشارات عبر نفس القناة وفي نفس الوقت الأمر الذي يؤدي إلى اختلافات بين الإشارة المبتوثة والواصلة إلى المستقبل أو إلى الجهة المرجوة إلى المستقبل...

إلا أن هذا النموذج تم نقده بسبب عدم احتوائه على عنصر التغذية الراجعة أو الاستجابة وتسير في طريق واحد...

إلا أن الأمر الآن تغير بتغير وسائل الاتصال... استخدم النموذج علماء المعلومات واللغة والسلوك...

3- نموذج الخبرة المشتركة لأوسجيد وشرام

(the osgeed and schramm)

وضع النموذج عام 1959 ويعتبر مكملاً لنموذج شانون حيث قام شرام بتعديل نموذج شانون بهدف تطبيقه بصورة أفضل من ناحية التفاهم بين البشر وقد أدخل فكرة (التجربة المشتركة) إلى النموذج والتي تعني وحدة المواقف والافكار والرموز المشتركة بين المرسل والمستقبل والتي تحدد فاعلية الاتصال وقد ميز شرام ثلاث مراحل لتكوين واستلام مادة البث و هي:

1- المرسل وضع الشفرة: أي وضع البيان بشكل علني.

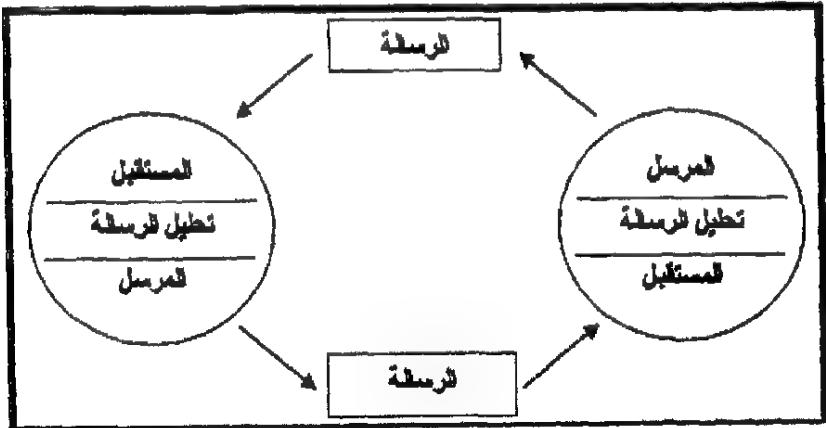
2- الرسالة (التفسير): أي تحديد الشفرة المستخدمة.

3- المستقبل (فك الرموز): أي قراءة الافكار. كما يبين النموذج تماثلاً أو

تساوياً بين سلوك المرسل والمستقبل من خلال عملية الاتصال ويعتمد كل

من شرام وأوسجيد على دراسة سلوك المرسل والمستقبل في تفسير عملية

الاتصال كما يلي:



نموذج شرام للاتصال:

- حيث يقوم المرسل بتحويل الأفكار إلى رموز ويصوغها في رسالة ويحولها "قد تكون الرسالة مكتوبة - ناطقة - إشارة إيمائية (اليد - العين)".
- والرسالة لديه عبارة عن رمز واحد أو مجموعة من الرموز وقد تكون كلمة إذاعية أو تلفزيونية أو مقالة أو جريدة أو رسالة شخصية ما أو مسألة أو سؤال صحفي أو حتى شيفرة عسكرية، إشارة خط شكل كتاب. أما المستقبل الذي يستقبل الرسالة ويحولها إلى رمز ويفسرها حتى يفهم معناها.
- أما عملية الاتصال هنا تتم:

فكرة ما توجد في ذهن المؤلف (المرسل) يريد أن يوصلها إلى المستقبل أو حتى يشاركه فيها فيقوم بتحويلها إلى رمز على شكل كلمات منطوقة أو مكتوبة أو إشارات يضعها في رسالة للمستقبل الذي يستقبلها فيحولها أيضاً إلى رموز أو حتى يقوم بترجمتها ويفسرها ليفهم معناها.

وبناء على فهم المستقبل للرسالة يرد على المرسل على الشكل التالي: يضع المستقبل فكرته أو مشاعره في رموز فيضع رسالة جديدة يرسلها للمرسل الأصلي (المستقبل الجديد) الذي بدوره يحولها إلى رموز بعد تفسيرها أو ترجمتها ليتمكن أيضاً من فهمها...

مما تقدم نرى أن نموذج اوسجيد وشرام يقوم المرسل والمستقبل بنفس الوظائف الاتصالية في بداية العملية الاتصالية ونهايتها وكل من المرسل والمستقبل يتبادلان الأدوار.

تقسيم نماذج الاتصال:

من الممكن تقسيم نماذج الاتصال إلى نوعين رئيسيين وهما:

- النماذج الخطية (أحادية الاتجاه)
- النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه)

أولاً: النموذج الخطي:

ومن الممكن أن نتخذ نموذج أرسطو كنموذج دال عليه حيث يرى أن البلاغة وكان يعنى بها الاتصال هي البحث عن جميع وسائل الإقناع المتاحة، وقد قسم دراسته تحت العناوين التالية:

- الخطيب (المرسل)
- الخطبة (الرسالة)
- المستمع (المتلقى)

هناك أيضاً نموذج هارولد لازويل، حيث يقترح خمسة أسئلة للتعبير عن الاتصال:

- من؟
- يقول ماذا؟
- بآية وسيلة (قناة)؟
- لمن؟
- وبأي تأثير؟

ثانياً: النموذج التفاعلي:

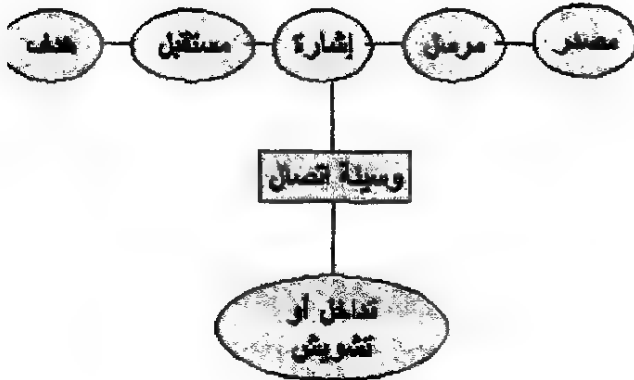
ومن الممكن أن نتخذ نموذج روس كنموذج دال عليه، حيث يعتمد على ستة عناصر أساسية هي:

1. المرسل
2. الرسالة
3. الوسيلة
4. المتلقى
5. رجع الصدى
6. السياق

لمزيد من المعرفة حول نماذج الاتصال، يمكن أن نذكر النماذج التالية على سبيل المثال لا الحصر:

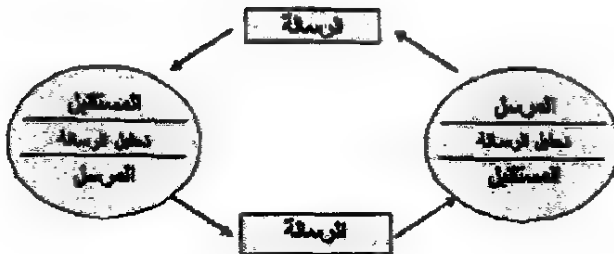
1. نموذج شانون وويفر: Shannon & Weaver Model

يتكون هذا النموذج من خمسة عناصر هي: المصدر، المرسل، الإشارة، المستقبل، الهدف.



شكل (3) نموذج شانون وويفر للاتصال

2. نموذج شرام: Schramm Model

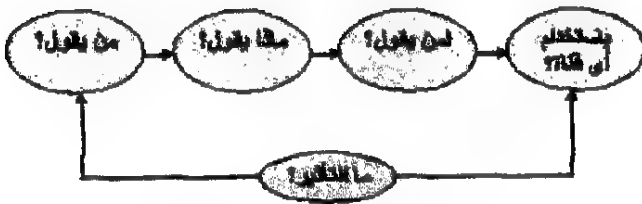


شكل (4) نموذج شرام للاتصال

3. نموذج لاسويل: Lasswell Model

ويحدد لاسويل عناصر عملية الاتصال من خلال الإجابة عن خمسة أسئلة هي:

- | | | |
|------------------------|---|--------------------|
| ١. من يقول ؟ | ← | (المُرسل). |
| ٢. ماذا يقول ؟ | ← | (الرسالة). |
| ٣. لمن يقول ؟ | ← | (المستقبل). |
| ٤. بأي وسيلة أو قناة ؟ | ← | (قناة الاتصال). |
| ٥. ما التأثير ؟ | ← | (التغذية الراجعة). |



شكل (5) نموذج لاسويل للاتصال

الفصل الثالث

النظريات المفسرة للاتصال

النظريات المفسرة للاتصال

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

يعتبر الاعتماد على وسائل الإعلام ضرورة أساسية في المجتمعات الحديثة، حيث يستطيع الفرد إدراك هذا الاعتماد بالتدرج منذ الحاجة إلى معرفة أفضل المشتريات في الأسواق وانتقالاً إلى احتياجات أكثر شمولاً وأكثر تعقيداً كالرغبة في الحصول على معلومات عن العالم الخارجي لكي يتفاعل معه.. ونظراً لاختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم فإنهم أيضاً يختلفوا في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، وبالتالي يشكلون نظاماً خاصة لوسائل الإعلام ترتبط بالأهداف والحاجات الفردية لكل منهم وطبيعة الاعتماد ودرجته على كل وسيلة من الوسائل في علاقتها بهذه الأهداف، ويترتب على اشتراك الأفراد في بعض الأهداف ودرجة الاعتماد على الوسائل التي تحقق هذه الأهداف ظهور نظم مشتركة لوسائل الإعلام بين الفئات أو الجماعات، وعلى سبيل المثال يجتمع الأفراد الذين يهتمون بالشئون المحلية بدرجة كبيرة في فئة لها نظامها الإعلامي الخاص عندما تري أن هذا الاهتمام يتحقق من خلال قراءة الصحف المحلية، وغيرهم في فئات تبحث عن التسلية والاسترخاء من خلال برامج معينة في التلفزيون... وهكذا يوحي هذا التقسيم فئات بوجود نظم متفاوتة لوسائل الإعلام بالنسبة للأفراد تحددها طبيعة الأهداف، ودرجة الاهتمام بها وطبيعة الاعتماد على وسائل معينة ودرجته في تحقيق هذه الأهداف.

فكرة نظرية الاعتماد:

مع تعدد الحياة في المجتمعات الحديثة، والتقدم المستمر في تكنولوجيا وسائل الإعلام، تزايد أهمية وسائل الإعلام في نقل المعلومات، ففي المجتمع الأمريكي على سبيل المثال، فإن وسائل الإعلام تقوم بمجموعة متنوعة من الوظائف منها

تقديم معلومات عن الحكومة، والخدمة في حالة الطوارئ، كما تعتبر المصدر الأساسي لإدراك المواطن العادي للأحداث القومية والعالمية، كما توفر أيضاً كمّاً هائلاً من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور على الاسترخاء والهروب من مشاكل الحياة اليومية.

ومن أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي، السياسي، والديني حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة، ومن هنا وضع "ديفلير و ركتيش" نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنظرية الاعتماد.

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي " أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي فسي المجتمع بسبب الصراع والتغيير. بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.

ويمكن النظر إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها:

- نظرية ذات منشأ سوسيولوجي وظيفي.
- نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، فهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة ببعضها، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فما يتعلق بتلك العلاقات.
- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نموذج طارئ Contingency من حيث كون أي تأثير محتمل من جراء ذلك الاعتماد يعتمد بشكل ما على الظروف المصاحبة لموقف محدد.

- النظرية جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية.

نشأة وتطور نظرية الاعتماد:

اهتم بعض الباحثين في العشرينات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي Cognitive Level ، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساساً إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة. كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل.

ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملائها عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الاتصال لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى.

من هذا المنطلق تركز نظرية الاعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تقرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات

وسائل الإعلام الموجودة في المجتمع في فترات التغيير وعدم الاستقرار.

وبالتالي فإن الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية يتعدد بتعدد هذه النظم كالأُسرة والدين والمؤسسة التعليمية والاقتصادية والعسكرية، وأهمها النظم السياسية للإعلام في الجوانب التالية:

- غرس وتدعيم القيم السياسية والمعايير المتنوعة (حرية، فاعلية، تصويت،...
- حفظ النظام والطاعة للدولة.
- تعبئة المواطنين وتدعيم الشعور بالمواطنة.
- التحكم والفوز بالصراع داخل الدولة كصراع الأنظمة ومعاركها وانتصار الحقوق التشريعية والتنفيذية).

أما علاقة النظام الإعلامي بالسياسة فتشأ لأن الأهداف الإعلامية تتال مكاسب عدة من مصادر النظام السياسي مثل:

- حماية للسلطة القضائية وتسهيل نيل الحقوق الإعلامية.
- حماية السلطة التشريعية.
- الحصول على الشرعية.

3- الجمهور:

يختلف الجمهور في درجه الاعتماد على وسائل الإعلام، فمثلا جمهور الصفوة يتمتع بمصادر معلومات متنوعة بصورة أكثر من الجمهور العام الذي يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها أحد مصادره الأساسية. ويختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة الاختلاف في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، ويحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضاً في نفس الوقت إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام أكثر مما هي عليه، ولكلهم يستطيعون تحديد ما لا ينشر من رسائل، لأن وسائل الإعلام تحدد ما ينشر أو لا ينشر بناء على العلاقة الدائرية مع أفراد المتلقين مثلها مثل النظم الاجتماعية، ويظهر بالتالي تأثير الخصائص والسمات الفردية والاجتماعية على تطوير هذه العلاقة الدائرية مع وسائل الإعلام.

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

- 1- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.
 - 2- التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشاقتك؟ وتوجيه تقاعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
 - 3- التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة والاسترخاء والاستئارة والتسلية الاجتماعية مثل: الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء، أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.
- ومع ذلك، فإنه ينبغي ألا نبالغ في أهمية وسائل الإعلام الجماهيري، فهي تجعل بالفعل تحقيق الفهم والتوجيه وأهداف التسلية أكثر سهولة، ولكنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف، فالأفراد يتصلون في نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة، وكذلك بنظم تربوية ودينية وسياسية وغيرها، تساعد الناس أيضاً على بلوغ أهدافهم، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري في أن وسائل الإعلام

قوية لأن الأفراد منزولون بدون روابط جماعية، والأصح أنها تتصور أن قوة وسائل الأعلام تكمن في السيطرة على مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية، وذلك علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيداً، زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الأعلام.

فالفرد في حاجة إلى فهم وإدراك الذات بما يساعده في الكشف عن قدراته ودعمها وتفسير معتقداته وسلوكه وإدراكه لجوانب الشخصية بشكل عام، وكذلك الحاجة إلى فهم العالم الاجتماعي المحيط بالفرد، والمعاني التي تقوم بتشكيلها وسائل الإعلام عن هذا العالم واستخدام هذه المعاني في إدراك الحقائق وتشكيل التوقعات.

ولذلك قام الباحثان ميلفن وروكيثش بتطوير هذا النموذج عام 1982، ليوضح كيفية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من أجل تحقيق أهداف الأفراد الخاصة بالفهم والتوجيه والتسلية، وعرف باسم النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد.

ب- النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد (1982):

يوضح النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد التداخل الكبير بين العناصر الرئيسية للعملية الاتصالية (وسائل الإعلام - المجتمع - الجمهور) ويقدم مجموعة معقدة من المتغيرات التي تؤدي إلى تأثير وسائل الإعلام التي تظهر نتيجة الاعتماد المتبادل بين وسائل الجمهور والنظم الاجتماعية الأخرى.

ويمكن تلخيص العلاقات التي يرمز لها النموذج على النحو التالي:
أولاً: ينشأ تنفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية، وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام، ويتميز كل مجتمع بثقافة خاصة تعبر عن القيم والتقاليد والعادات وأنماط السلوك التي يتم نقلها عبر رموز

لفظية وغير لفظية تحدث العمليات الدينامية لنشر الثقافة، وتشتمل هذه للفعاليات على قوى تدعو إلى ثبات المجتمع والحفاظ على استقراره من خلال الإجماع والسيطرة، والتكيف الاجتماعي، وتوجد أيضاً في المجتمع قوى أخرى تدعو للصراع والتغيير، ويتم هذه العمليات على مستوى البناء الكلي للمجتمع، أو بين الجماعات، أو المراكز الاجتماعية المرتبة بشكل تصاعدي، ويتضمن هذا البناء عناصر رسمية وغير رسمية.

ثالثاً: تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع على وسائل الإعلام إيجاباً وسلباً، وهي التي تحدد خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن: الأهداف والموارد، والتنظيم، والبناء، والعلاقات المتبادلة وتتحكم هذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد الوسائل الإعلامية المتاحة، ودرجة مركزيتها، ويؤثر ذلك بالتالي على الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها تحديد السياسات.

كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأفراد، ويساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية والفئات الاجتماعية، والعلاقات الاجتماعية، ويعمل النظام الاجتماعي أيضاً على خلق حاجات للأفراد مثل الفهم والتوجيه والتسليّة.

ويحدد الاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام كيفية تطوير الناس اعتمادهم على وسائل الإعلام لإشباع حاجتهم النفسية والاجتماعية، مما يخلق التنوع في تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد.

ثالثاً: تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التي تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة، ومن الأشخاص داخل هذه النظم، وتتلقى وسائل الإعلام التركيز على بعض القضايا والموضوعات التي تشكل رسائل وسائل الإعلام المتاحة للجماهير.

رابعاً: العنصر الرئيسي في هذا الإطار المتكامل هو الأفراد كأعضاء في الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام، هؤلاء الأفراد لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي تم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتطعيم والانتماء إلى جماعات ديموغرافية، وعوامل التكيف الاجتماعي، والخبرة المباشرة، ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لاستكمال بناء الواقع الاجتماعي الذي لا بدركونه بالخبرة المباشرة، وتتحكم علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى في تشكيل رسائل المعلومات للجمهير.

خامساً: حين يكون الواقع الاجتماعي محدداً ومفهوماً للأفراد، ويلبي حاجاتهم وتطلعاتهم قبل وأثناء استقبال الرسائل الإعلامية، لن يكون لرسائل الإعلام تأثير يذكر سوى تدعيم المعتقدات والقيم وأنماط السلوك الموجودة بالفعل.

وعلى النقيض، حين لا يكون لدى الأفراد واقع اجتماعي حقيقي يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك، فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعي، وبالتالي يكون لهذه الوسائل تأثير أكبر على المعرفة والاتجاهات والسلوك، لذلك يجب الأخذ في الاعتبار درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات كوسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل على الأفراد.

سادساً: تتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكي تؤثر في الأفراد، وفي بعض الحالات تتدفق المعلومات أيضاً من الأفراد لكي تؤثر في وسائل الإعلام، وفي المجتمع ككل، ويتخذ ذلك بعض الأشكال... مثل الاعتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمع، أو يؤدي إلى تكوين جماعات اجتماعية جديدة. مثل هذه الأحداث قد تؤدي إلى تغييرات

في طبيعة العلاقات بين النظم الاجتماعية، ونظم وسائل الإعلام، مثل تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغيير سياسات تشغيل وسائل الإعلام. لذلك فإن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام وأجزاء أخرى من الكيان الاجتماعي، يجب أن تمر بتغيير من أجل أن تبقى المجتمعات في بيئات متغيرة، ويكون مثل هذا التغيير المتكيف بطبيعته في العادة، وغالباً ما يكون غير مخطط ومن ثم فإنه من الصعب إدراكه في الوقت الذي يقع فيه.

واهتم الباحثان ميلفن وروكييتش بتوضيح كيف تساعد علاقات الاعتماد في تفسير آثار التعرض لرسائل وسائل الإعلام الخاصة بمعتقدات وسلوك الفرد، وهو اهتمام مركزي بالنسبة لأولئك الذين يستخدمون نهجاً إدراكياً لتفسير تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على جمهورها، فالأشخاص الذين اعتمدوا على التلفزيون لتحقيق تفاهم اجتماعي على سبيل المثال عليهم أن يختاروا أنواع مختلفة من البرمج التلفزيونية، وذلك بخلاف أشخاص يعتمدون أساساً على التلفزيون من أجل التسلية، وبالتالي فإن التأثير يختلف باختلاف الهدف، وفي دراسة لبسول روكيتش وزملاؤها لمعرفة آثار التعرض لبرنامج تلفزيوني يستهدف التأثير على معتقدات سياسة سلوكية، قدمت الباحثة أدلة تؤيد هذه الطريقة من التفكير عن التعرض الانتقائي، وأثار وسائل الإعلام، حيث وجدوا أن الأشخاص يختارون بالفعل تعرض أنفسهم على أساس علاقات اعتمادهم الراسخ على التلفزيون، وأن المشاهدين الذين لديهم أنواعاً معينة من علاقات الاعتماد كانوا يتأثرون بشكل مختلف عن أولئك الذين ليست لديهم هذه الأنواع.

ومن هنا طور الباحثان ميلفن وروكييتش نظرية الاعتماد، لتوضيح الآلية التي تعمل بها نظرية الاعتماد، حيث قدم نموذجاً جديداً عام 1989، لتفسير العلاقة بين نظم وسائل الإعلام العام، والنظام الاجتماعي، الذي ينبع من نموذج الإدراك العقلي الذي يفترض وجود ربط منطقي بين مضمون الوسيلة ودوافع الانتباه، وعرف باسم النموذج الإدراكي لنظرية الاعتماد.

ت- النموذج الإدراكي لنظرية الاعتماد (1989):

يبدأ هذا النموذج بفرد يتفحص وسائل الإعلام بدقة، ليقرر بفعالية ما يرغب في الاستماع إليه، أو مشاهدته، أو قراءته، أو بشخص يتصل بشكل عرضي بمحتويات وسيلة إعلامية.

ويفسر النموذج الخطوات التالية:

الخطوة الأولى:

إن الجمهور القائم بالاختيار النشط الذي يستخدم وسائل الإعلام، سيقوم بالتعرض إلى مضمون الوسائل من خلال توقع مسبق بأنه سوف يساعدهم في تحقيق هدف أو أكثر من الفهم، أن التوجيه، أو التسلية بناء على:

- تجربتهم السابقة.
- محادثتهم مع آخرين (أصدقاء أو زملاء عمل).
- إشارات يحصلون عليها من وسائل الإعلام (إعلانات أو مجلات أدبية).

أما الأفراد الذين يتعرضون مصادفة أو بطريقة غير مقصودة لمحتويات وسائل الإعلام مثل (دخول سوبر ماركت به تليفزيون مفتوح) فقد تستثار لسي هؤلاء الأفراد علاقة الاعتماد وتحفزهم على الاستمرار في التعرض، أو ينهون تعرضهم للوسائل.

الخطوة الثانية:

كلما زادت شدة الحاجة أو قوة الاعتماد زادت الاستثارة المعرفية والوجدانية، وتتمثل هذه الاستثارة في جذب الانتباه إلى مضمون الرسالة أو الإعجاب أو عدم الإعجاب مثلاً، وتختلف قوة الاعتماد على الوسائل وفقاً لاختلاف:

- الأهداف الشخصية.
- المستويات الاجتماعية للأفراد.
- توقعات الأفراد فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتويات وسائل الإعلام.

- مدى سهولة الوصول إلى المضمون.

والمتغيرات في أهداف الأفراد كثيراً ما تعكس متغيرات في بيئاتهم، وعندما تكون هذه البيئات حافلة بالغموض أو التهديد مثلاً، فإن اعتماد الأفراد على نظام وسائل الإعلام يجب أن تكون قوية تماماً، إذ أن الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام غالباً ما يكون ضرورياً لحل غموضها، وتقليل تهديدها الحقيقي أو المحتمل، وهناك مثال آخر عن: كيف تؤثر المتغيرات في البيئات الشخصية والاجتماعية للأشخاص على قوة اهتمامات التبعة بمشكلات صحية خطيرة، فالأشخاص الذين يكونون، هم أنفسهم أو أحبائهم مصابين بمرض خطير، كثيراً ما ينشئون علاقات اعتماد قوية بوسائل الإعلام، من أجل التمكن من الوصول إلى معلومات مناسبة قد تسهم في عثورهم على أفضل خدمات طبية ومساعدة.

وأثناء اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يحدث نوعين من التأثير هما:-

- الإثارة العاطفية: يقصد بها ميل الأفراد وحبهم للوسيلة والمضمون المقدم.
- الإثارة الاندراكية: ويقصد بها تعرض الأفراد للوسيلة الإعلامية مع ما يتفق باهتماماته وحاجاته وأهدافه.

ففي الدراسة التي أجرتها ساندرا بول روكيتش وزملائها، ذكر المشاهدون الأكثر اعتماداً على التلفزيون أنهم كانوا متبهيين للغاية في مشاهدة البرنامج التلفزيوني، وأحبوا البرنامج، وعندما يكون اعتماد الأشخاص على برنامج تلفزيوني - مثلاً - منخفضاً أو معدوماً، فإننا سوف نتوقع أن نجدهم يتحدثون أو يفعلون أشياء أخرى في أثناء تشغيل جهاز التلفزيون، وبالتالي لا يحتمل أن يكون شعورهم قوياً تجاه البرنامج أو سلباً.

الخطوة الثالثة:

وفيها تزداد درجة المشاركة النشطة في مدى استيعاب المعلومات وفقاً لوجود تأثيرات معرفية وعاطفية سابقة، فالأشخاص الذين أثيروا إدراكياً وعاطفياً سوف

يشتركون في نوع التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض، مثل: الإقلاع عن التدخين، أو بدء التدريبات الرياضية أو إجراء فحوص طبية.

الخطوة الرابعة:

كلما زادت درجة المشاركة في تنسيق المعلومات، زاد الاحتمال في حدوث التأثيرات المعرفية أو العاطفية أو السلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات، فالأفراد الذين يشتركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر احتمالاً للتأثر بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام.

الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

كما تقوم على عدة فروض فرعية أخرى هي:

- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات وسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام.
- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلّة القنوات البديلة للمعلومات أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية.

الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:

يري بعض الباحثين أن التساؤل الأساسي لنظرية الاعتماد هو تفسير متى؟ ولماذا يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل؟ وتأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكهم، وإجابة ذلك بعد تفسيراً للطرق التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية، حيث ينتج عن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجموعة من التأثيرات يمكن تصنيفها على النحو التالي:

أولاً: التأثيرات المعرفية: وتتضمن عدة آثار هي:

1- الغموض:

ويحدث الغموض نتيجة لتناقض المعلومات التي يتعرض لها الأفراد، أو نقص للمعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث، فالغموض يمكن أن يحدث لأن الناس يفترضون إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث، أو يفترضون إلى المعلومات التي تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام، وتشير البحوث السابقة إلى أن نسبة الغموض تزداد حين تقع أحداث غير متوقعة مثل: كارثة طبيعة أو اغتيال زعيم سياسي، وحين تقدم وسائل الإعلام معلومات غير متكاملة أو معلومات متضاربة بشأن هذه الأحداث، في هذه الحالة يتولد الإحساس بالغموض لدى أعضاء الجمهور، وفي حالات عديدة تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات، ويحدث الغموض حين تكون هذه المعلومات غير مكتملة أو يكتنفها الغموض أو التضارب.

2- تشكيل الاتجاه:

تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو القضايا الجدلوية المثارة في المجتمع مثل مشكلات البيئة، وأزمات الطاقة، والفساد

السياسي، وتنظيم الأسرة، وتشكل الاتجاهات الجديدة كلما اكتسب الأفراد المعلومات العامة من خلال وسائل الإعلام.

3- ترتيب الأولويات:

تقوم وسائل الإعلام بترتيب أولويات الجمهور تجاه القضايا البارزة دون غيرها ويقوم الجمهور بتصنيف اهتماماته نحو هذه القضايا ويركز على المعلومات التي يمكن توظيفها وفقاً لاختلافاته الفردية.

4- اتساع المعتقدات:

تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور، لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى: الأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

5- القيم:

القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل: الأمانة – الحرية – المساواة – التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.

ثانياً: التأثيرات العاطفية (الوجدانية):

ويقصد بالتأثيرات العاطفية المشاعر والعواطف التي يكونها الإنسان تجاه ما يحيط به، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال وسائل الإعلام، تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه الرسائل الإعلامية، ومن أمثلة هذه التأثيرات:

1- الفتور العاطفي:

ويرى الباحثون أن التعرض المكثف إلى موضوعات العنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الفتور العاطفي وعدم الرغبة في تقديم المساعدة للآخرين

في أوقات للعنف الحقيقي الذي يتصرف الفرد تجاهه كما لو كان عنفاً تلفزيونياً، وتشير بعض الدراسات إلى أن الاستثارة الناتجة عن مشاهدة أعمال العنف في وسائل الإعلام، تتناقص تدريجياً بمرور الوقت وتؤدي في النهاية إلى الفتور العاطفي.

كما يقرر كثير من الباحثين بأن التلفزيون يساعد على الصراف عن الفرد تذكر الأحداث السلبية، ويقصد بها تلك الأحداث التي يعتبرها مسئولة مثلاً عن فشله أو تشير إلى ظلم الناس لغيرهم، لأن تذكر هذه الأحداث تسبب له حالات مزاجية غير سارة.

2- الخوف والقلق:

إن التعرض المستمر للرسائل أو الدراما التلفزيونية لأعمال العنف والكوارث يؤدي إلى إثارة الخوف والقلق لدى الأفراد من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع.

ويري الباحثون أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام قد يؤدي إلى إثارة الخوف والتوتر بسبب ما تقدمه هذه الوسائل من أخبار عن انتشار وباء أو مرض معدٍ مثل مرض سارس، إلا أنه قد يؤدي أيضاً إلى تقليل مشاعر الخوف والتوتر من انتشار هذا المرض في المنطقة الموجودة بها من خلال المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام عن كيفية الوقاية من هذا المرض والقضاء عليه مستقبلاً.

3- الدعم المعنوي والاعتراب:

تؤثر وسائل الإعلام على معنويات الأفراد بالسلب أو الإيجاب، فقد أكد "كلاب" أن المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية، ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والانتماء، وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد، ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات

وسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية:

نحدث التأثيرات في السلوك نتيجة لحدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية، ومن أهم التأثيرات السلوكية:

1- التنشيط:

يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو الناتج الأخير للتأثيرات المعرفية والعاطفية مثل اتخاذ مواقف سلوكية مؤيدة أو معارضة نتيجة التعرض المكثف لوسائل الإعلام، وقد يتمثل التنشيط في اتخاذ مواقف مؤيدة للإقلاع عن التدخين أو التبرع المادي أو المعنوي لفئات معينة والتنشيط يكون مفيداً اجتماعياً في هذه الحالة، ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام قد يكون ضاراً اجتماعياً مثل التسوُّط في أعمال ضد المجتمع مثل العنف والجرائم والاضطرابات.

2- الخمول:

يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، مما يؤدي إلى اللامبالاة والسلبية والامتناع عن المشاركة في المجتمع، ويحدث ذلك نتيجة التعرض لرسائل الإعلام المبالغ فيها، تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل مثل عدم القيام بالتصويت في الانتخابات.

علاقة نظرية الاعتماد وتأثيرها على بعض النظريات:

ترتبط نظرية الاعتماد ببعض نظريات الاتصال وهي:

1- نظرية ترتيب الأولويات:

تقوم نظرية الأولويات على ترتيب الأولويات الشخصية للأفراد تجاه بعض الموضوعات، وتساعد نظرية الاعتماد على تفسير هذه الأولويات، فالأفراد

يعتمدون على وسائل الإعلام في اختيارهم للموضوعات التي تقدمها وسائل الإعلام، بشكل يتوافق إلى حد كبير مع خصائصهم الشخصية، والمشكلات التي يعانون منها بالإضافة إلى احتياجاتهم.

2- نظرية فجوة المعرفة:

تفترض نظرية فجوة المعرفة أن الجمهور ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع يميل إلى اكتساب المعلومات بمعدل أسرع من الجمهور الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي ومن هنا تنشأ الفجوة المعرفية في المعلومات.

وتساهم نظرية الاعتماد هنا في فهم هذه النظرية، فالأفراد الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام يحصلون على معلومات أكثر من غيرهم تنشأ الفجوة المعرفية، ونقل الفجوة المعرفية تجاه بعض القضايا التي يتساوى فيها اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

3- مدخل الاستخدامات والاشباع:

يفترض مدخل الاستخدامات والاشباع أن الأفراد بحاجة إلى إشباع احتياجاتهم من وسائل الإعلام، كما يقوم الأفراد باستخدام المعلومات التي تتلقاها وسائل الإعلام، وتختلف أهميتها وفقاً لاحتياجاتهم.

وعلى الرغم من أن مدخل الاستخدامات والاشباع ونظرية الاعتماد يركز كل منهما على العلاقة بين الأفراد ووسائل الإعلام، فكل منهما يركز على التساؤل الخاص: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟

والاستخدام لوسيلة إعلامية يعني معدل القراءة أو المشاهدة أو الاستماع لها، أما الاعتماد فيعني درجة الاهتمام لهذه الوسيلة باعتبارها مصدراً هاماً للمعلومات، ورغم وجود بعض التشابه بين مدخل الاستخدامات والاشباع ونظرية الاعتماد إلا أنه توجد بعض الاختلافات بينهما هي كالتالي:

- يركز مدخل الاستخدامات والاشباع على تحديد الاحتياجات المختلفة والاشباع الناتجة عن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، بينما تركز نظرية الاعتماد على العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع.
- يهتم مدخل الاستخدامات والاشباع بالإجابة على السؤال الأساسي وهو: أين يذهب الأفراد لإشباع احتياجاتهم؟ في حين تركز نظرية الاعتماد على الإجابة على سؤال: لماذا يلجأ الأفراد إلى وسيلة معينة لإشباع احتياجاتهم؟
- يركز مدخل الاستخدامات والاشباع على المستوى الفردي فقط، في حين تستخدم نظرية الاعتماد لقياس العلاقات الاعتمادية لكل المستويات الفردية والاجتماعية.
- يقدم مدخل الاستخدامات والاشباع تصميماً معقداً من الناحية الإجرائية لقياس متغير استخدام الوسيلة، بينما تقدم نظرية الاعتماد تصميماً سهلاً من الناحية الإجرائية لقياس متغير الاعتماد على وسائل الإعلام.
- يؤكد مدخل الاستخدامات والإشباع على أهمية فكرة الجمهور القوي والتي تؤكد ضرورة اختبارات الجمهور بينما تركز نظرية الاعتماد على قوة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الأفراد، ويزداد الاعتماد أثناء الأزمات.

الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- تعرضت نظرية الاعتماد لمجموعة الانتقادات يمكن تلخيصها على النحو التالي:
- تبالغ النظرية في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام، واستقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالباً ما تكون محايدة، حيث أنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع.

- على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدارية والسلوكية على الفرد، فإنه للأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد، حيث أن الأفراد يتأثرون بالأصدقاء والمعارف وغيرهم.

- رغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساساً الاعتماد على مستوى النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوى الفردي فقط، بمعنى أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة، مع هذا لا تزال روكيتش تسري أن المستقبل سيكون للتركيز على أهداف الجماعات من الاعتماد.

- معظم الباحثين عرفوا الاعتماد إجرائياً بالتعرض، رغم أنه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها، فعلى سبيل المثال قد يتعرض الفرد لفترة طويلة في مشاهدة التلفزيون في حين يعتمد على وسيلة أخرى مثل الصحف في اكتسابه للمعلومات السياسية، أو في موضوع ما.

المميزات الخاصة بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتمتع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمجموعة من المزايا أهمها:

- تعتبر نظرية الاعتماد نموذج مفتوح لمجموعة من التأثيرات المحتملة، وتجنب النموذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، ووجود تأثير غير محدود، لذلك يطلق عليها نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع.

- تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الشخصية والفردية، لذلك فهي أكثر ملائمة في التعامل مع

النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.

- تؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام، قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام، سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال آلية السوق الحر أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة.

نظرية حارس البوابة: أولاً: النشأة والتاريخ:

أن أول دراسة تتناول بالشرح قطاعاً من القائمين بالاتصال بالمعنى الذي نقصده، هي دراسة روستن التي ظهرت في الولايات المتحدة تحت عنوان ((مراسلي واشنطن)) سنة 1937 وتعتبر دراسة كلاسيكية عن سيكولوجية المراسل الصحفي. ولكن في سنة 1941 نشرت مجلة (المصاحفة) ربع السنوية التي تصدر في ولاية أيوا بالولايات المتحدة دراسة مهمة عن العاملين بجريدة ملواكي، وكان من الممكن أن تفتح هذه الدراسة الباب لإجراء دراسات مماثلة عن المؤسسات الإعلامية الأخرى، ولكن مضت فترة طويلة دون أن تظهر أبحاث تتناول بالدراسة القائمين بالاتصال ومؤسساتهم، حتى نشر الباحث الأمريكي ديفيد مانج وايت دراسته ((حارس البوابة وانتقاء الأخبار)) التي أعطت دفعة قوية للبحث في هذا المجال المهم.

ويرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل، الأمريكي الجنسية (كورت لوين) في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية (حارس البوابة) الإعلامية، فدراسات لوين تعتبر من أفضل الدراسات المنهجية في مجال حراسة البوابة (محمد جاسم فلحي الموسوي، ب-ت).

يقول لوين: أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور هناك نقاط أو (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام، ازدادت المواقع التي يصبح فيها متاحاً لسلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها، لهذا يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها، والشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة التقرير، يصبح نفوذهم كبيراً في انتقال المعلومات. إن دراسة (حارس البوابة) هي في الواقع دراسة تجريبية ومنظمة لسلوك أولئك الأفراد الذين يسيطرون في نقاط مختلفة، على مصير القصص الإخبارية.

ولكن من هم؟

حراس البوابة GEET KEEPARS. أنهم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء، وهم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيين بالأنباء، وهم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية، كل أولئك حراس بوابة، في نقطة ما، أو مرحلة ما من المراحل التي تقطعها الأنباء (محمد جاسم فليح الموسوي، ب-ت).

كيرت لوين " قام بتطوير نظرية " حارس البوابة الإعلامية حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج. وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات.

ولقد كانت هناك دراسات لـ "بريد" و "كارتر" وغيرهم أشارت إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى الملتقى، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، فالإتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات وأبسط أنواع السلاسل هي سلسلة الإتصال المواجهي بين فردين، ولكن هذه السلاسل في حالة الإتصال الجماهيري تكون طويلة جداً حيث تمر المعلومات بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون، فالحدث الذي يقع في الهند مثلاً يمر بمراحل عديدة قبل أن يصل إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد في مصر أو الولايات المتحدة، وقدّر المعلومات الذي يخرج من بعض تلك الحلقات قد يكون أكبر مما يدخل فيها وهذا ما يطلق عليه "شانون" أجهزة التقوية.

ويقول "كيرت ليوين" أن هناك في كل حلقة فرداً يقرر ما إذا كانت الرسالة مستمر كما هي أم سيزيد عليها أو يحذف منها أو يغيرها تماماً. ومفهوم "حراسة البوابة" يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الإتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته.

التعريفات والمفاهيم:

ما هو مفهوم حارس البوابة؟

استعمل هذا المفهوم لأول مرة من قبل عالم النفس كيرت ليوين، وحراس البوابات هم أشخاص أو جماعات من الأشخاص الذين يتحكمون في سير المواد الإخبارية في قناة الإتصال. وحارس البوابة يمكن أن يكون منتجاً سينمائياً يقوم بقطع المشهد مثلاً.

ويعتبر القائم بالإتصال داخل المؤسسة الإعلامية أحد العناصر الفاعلة في نظام العمل الذي يدين أولاً إلى مجموعة من السياسات التي يرسمها أصحاب الملكية أو القائمون عليها، وتتفق مع أهدافهم من إنشاء هذه المؤسسات، ويعتبر التزامه بهذه السياسات ضرورة لاستمرار المؤسسة.

ما هي وظائف حارس البوابة؟

1. تحديد المعلومات عن طريق تحرير هذه المعلومات قبل بثها.
2. زيادة كمية المعلومات عن طريق توسيع بينتنا الإعلامية.
3. إعادة ترتيب أو إعادة تفسير المعلومات.

ما هي نظرية حارس البوابة؟

تقول هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية تمر بعدة مراحل وهي تنتقل من المصدر إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات. وأن قدر هذه المعلومات التي تخرج من بعض الحلقات أو الأنظمة أكثر مما قد يدخل فيها، لذلك يسميها شانون (أجهزة تقوية)، وأن هناك في كل حلقة فردا ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سوف ينقلها أو لن ينقلها، وما إذا كانت تلك الرسالة ستصل إلى الحلقة التالية بنفس الشكل الذي جاءت به أم سيدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات، وحراسة البوابة تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الإتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته. وأشار ليوين إلى أنهم وظيفة البوابة يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة وفي إحدى المصادر ذكرت أن نظرية حارس البوابة هي طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ القرار بما يدخل وما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل أم لا.

ما هي الخصائص التي يجب أن تتوفر لدى حارس البوابة؟

1. المصدقية: يعتمد قياس مصداقية القائم بالإتصال على عنصرين أساسيين هما:
أ- الخبرة.

ب- زيادة الثقة بالقائم بالإتصال.

فالخبرة هي مدركات المتلقي عن معرفة القائم بالإتصال للأجابة الصحيحة، اما الثقة فهي ادراك المتلقي عن القائم بالإتصال بانه يشارك في الإتصال بشكل موضوعي دون تحيز.

2. الجاذبية: هناك محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه والتماثل.
3. قوة المصدر: قد لا يملك البعض المصداقية أو الجاذبية ولكن يظل لهم التأثير في تغيير اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم، فهؤلاء يكون لديهم للقوة.

ما هي الشروط الواجب توافرها في القائم بالإتصال؟

1. توافر مهارات الاتصال (الكتابة - المحادثة - القراءة - الإنصات).
2. اتجاهات القائم بالإتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي.
3. مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع.
4. مركز القائم بالإتصال في إطار النظام الإقتصادي والثقافي وطبيعة الأذوار.

ما هي المعايير التي تؤثر على حارس البوابة؟

1. معايير المجتمع وقيمه وتقاليده.
2. معايير ذاتية (عوامل التنشئة الاجتماعية والتعليم والاتجاهات والميول).
3. معايير مهنية (سياسة الوسيلة الاعلامية ومصادر الاخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه).
4. معايير الجمهور.

ما هي مستويات العلاقة بين المصدر والقائم بالإتصال؟

1. المستوى الاول، الذي يعبر عن حالة الاستقلال الكامل بين النظم الاجتماعية المختلفة، فلا يوجد تأثير لأيهما على الآخر، ويتسم تنفق المعلومات من المصدر الى القائم بالاتصال بكونه رسميا.
2. المستوى الثاني، الاعتماد المتبادل بينهم.

3. المستوى الثالث، الاعتماد الكامل على المصدر.

يعرف المتخصصون في الإعلام نظرية (حارس البوابة)، فقد ظهرت في النصف الثاني، القرن العشرين على يد كورت لوين فهو الذي طور النظرية، وأثبت أن الرسالة الإعلامية تتعرض خلال رحلتها إلى الجمهور لنقاط تفتيش، وتمحيص وتدقيق، وهي عملية تتأثر بالقرى المحيطة بحارس البوابة.

هذه النظرية جميلة جدًا، وفاعلة جدًا، ومؤثرة جدًا، إذا كان (حارس البوابة) يعني حجم المسؤولية الإعلامية، ويدرك أهمية (فلترتها) لتتوافق مع هوية الجمهور المستهدف، وتتسمج مع قيمه وثقافته، وهي - في المقابل - تعبئة جدًا، وخطيرة جدًا، إذا استغل هذا (الحارس) وظيفته في تمرير أهوائه، أو تحقيق مصالحه، أو تطويع (البوابة) لتتسلل من خلالها الأجسام الغريبة، والأفكار الرديئة التي تقوِّض المجتمع، وتخر في بذائه الثقافي، وتهذ هويته وفكره.

إن الرسالة بما تحمله من معاني تمر بعدة مراحل حتى تصل عند الجمهور، وفي كل مرحلة من هذه المراحل هناك شخص يحدد ما الذي يعرض ويتم استبعاده، وهذا الشخص هو كحارس للبوابة وبالتالي ففي وسائل الإعلام هناك من هو قيم عليها ويحدد ما يتم عرضه أو ما يام استبعاده وفق مقاييس الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية وبالتالي التأثير في المجتمع هو ناتج عن تأثهم بأفكار و اختيارات وقواعد و قيم حارس البوابة لأنه هو الذي يحدد المواضيع المطروحة. فتأثير هذه الوسائل يأتي في دور حارس البوابة في سماحه لهذه الرسائل أو منعه لها وهنا يتشابه دوره مع دور قائد الرأي ولكنه في حالة قادة الرأي فإن الإتصال جماهيري ومن خلال وسائل الإعلام.

مثال:

تنتقل الرسالة حسب أهواء و نظرة حارس البوابة. فالمحرر ينقل الحدث حسب رؤية الشخصى ويعطية لرئيس التحرير وهنا يعرض ويمسح ما يناسبه وما لا يناسبه بلغيه أو يغيره و في هذه المراحل المختلفة يكون هناك عدة حراس للبوابة. والشكل المسموح به ليس فقط في كمية الرسالة ولكن أيضا في كيفية الرسالة وهذا هو مفهوم التأثير حسب نظرية حارس البوابة.

ثانياً: أساسيات وقواعد نظرية حارس البوابة:

1. العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية:

قيم المجتمع وتقاليد:

يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال، فقد يضحى القائم بالاتصال او وسائل الإعلام أحياناً بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليد.

المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً هاماً مثل: النوع، والعمر، والدخل، والطبقة الاجتماعية، والتعليم، والانتماءات الفكرية أو العقائدية، ويؤثر الانتماء في طريقة التفكير واتخاذ القرارات.

المعايير المهنية للقائم بالاتصال:

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها وذلك على النحو التالي:

سياسة المؤسسة الإعلامية: تتعدد ضغوط المؤسسة وتتمثل في عوامل خارجية (وجود محطات منافسة) وداخلية مثل (نمط الملكية - والنظم الإدارية)، فلكل وسيلة إعلامية سياساتها الخاصة وتظهر هذه السياسة في اعمال او

تحريف قصص معينة، و يتعلم العاملون في الوسيلة الإعلامية السياسة التحريرية عن طريق الاستيعاب التدريجي بدون تعليمات مباشرة يتم ذلك من خلال: (قراءة الجريدة - ومن احاديث زملائه - وعن طريق العاملين القدامى). هناك العديد من الأسباب التي تجعل الصحفي يخضع لسياسة الوسيلة الإعلامية منها (توقع المالك طاعته لانه يملك العقاب - شعور الصحفي بان هذه الوسيلة عمله - تطلعات الصحفيين لتحقيق ارباح اكبر عن طريق الوسيلة - عدم وجود تكتل لمعارضة سياسة الوسيلة).

مصادر الأخبار:

أشارت أغلب الدراسات إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره، وصعوبة استغناؤه عن مصادره ويتمثل تأثير المصادر على القيم الإخبارية والمهنية فيما يلي:

- تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه على أخبار معينة بطرق عديدة.
- تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها وتقييمهم.
- تصدر وكالات الأنباء سجلاً يومياً بالأحداث المتوقع حدوثها.
- تقلد الصحف للصغرى الصحف الكبرى في أسلوب اختيار المضمون .

علاقات العمل وضغوطه:

يرتبط القائم بالاتصال مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق جماعة أولية ويتوحدون فيما بينهم ويجعل الصحفي على هذه الجماعة ودعمها، كما يتضح التنافس على السبق الصحفي وكسب الثقة.

رابعاً - معايير الجمهور:

لاحظ الباحثان (شولمان) و(إثيل) أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال والعكس صحيح، حيث يؤثر الجمهور بقبوله للخبر على القائم بالاتصال ونوعية الاخبار التي يقدمها.

نظرية الرصاصة أو الطلقة:

ظهر التيار النظري الذي يقول بالتأثير القوي لوسائل الاتصال في العشرينات بعد نهاية الحرب العالمية الأولى، أطلقت على هذه النظرية عدة مسميات من أهمها:

نظرية الرصاصة أو الطلقة السحرية Magic Bullet Theory

أي أن الرسالة الإعلامية قوية جدا في تأثيرها شبيهت بالطلقة للنارية التي إذا صوبت بشكل دقيق لا تخطأ الهدف مهما كانت دفاعاته كما سميت نظرية الحقنة أو الإبرة تحت الجلدية Hypodermic Needle شبيهت الرسالة هنا بالمحلول الذي يحقن به الوريد ويصل في ظرف لحظات إلى كل أطراف الجسم عبر الدورة الدموية ويكون تأثيره قوي ولا يمكن الفكاك منه.

تطلق هذه النظرية من مجموعة من المسلمات:

تفترض أن المرسل يتحكم بشكل كلي في العملية الاتصالية لماذا؟

لأنه هو الذي يضع الرسالة و يقوم بتصميمها و بناءها ويختار الوسيلة أو القناة الأكثر تأثيرا وانتشارا ويختار التوقيت والظرف المناسب.

استقبال الرسالة هي تجربة فردية و ليست تجربة جماعية يعني أن الرسالة تصل إلى كل فرد بشكل مستقل وهو منعزل عن الآخرين. فلا تفاعل بينهم لماذا؟
لأن الجماهير عبارة عن ذرات منفصلة وإن الفرد يتلقى الرسالة مباشرة من الوسيلة بدون وسيط.

• تفترض هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية تصل إلى كل أفراد المجتمع

بطريقة متشابهة Uniform Reception

أي أن كل فرد يستقبلها بنفس الطريقة يعني لا توجد فروق بين الأفراد في تفاعلها معها.

• تفترض النظرية أن المتلقي سيستجيب دائما وبشكل قوي للرسالة التي يتلقاها بما يحقق هدف القائم بالاتصال فالمتلقي هو عنصر ضعيف جدا في العملية الاتصالية و مفعول به في حين أن المرسل هو العنصر المسيطر.

ثانيا: الخلفيات النظرية لنظرية التأثير القوي:

لقد تبلورت هذه النظرية كنتيجة لمجموعة من النظريات في مجالات مختلفة تنتمي إلى العلوم الاجتماعية ومن أهمها:

1. علم الاجتماع و نظرية المجتمع الجماهيري.
2. علم النفس ونظرية المنبه/ الاستجابة.
3. التحليل النفسي والنظرية الفردية.
4. العلوم السياسية ونظرية لامويل في الدعاية.
5. تطور الإذاعة والسينما كوسائل اتصال جماهيري.

1- علاقة نظرية المجتمع الجماهيري بالتأثير القوي:

(راجع نظرية المجتمع الجماهيري)

1. يتسم الأفراد في المجتمع الجماهيري بالعزلة النفسية عن الآخرين. فهم مجرد ذرات منعزلة.
2. يسود انعدام المشاعر الحميمة عند التفاعل مع الآخرين.
3. يشعر الفرد بالوحدة والقلق والضياع وفقدان المرجعيات سبلجا لوسائل الاتصال الجماهيري.
4. لتعويض جماعات الأهل والعشيرة والقرية التي كان يشعر في إطارها بالأمنئنان وللتخلص من التوتر فهي تحل محل العلاقات الشخصية المجزية في المجالات التالية:

- التسلية والإمتاع فهي وسيلة لتمضية الوقت والترفيه.
- كمخدر ومسكن للشعور بالتوتر والقلق السائد في المجتمع الجماهيري.

- كمصدر للمعلومات في كل المجالات.
- كمرجعية للتوجيه والتنوير وتسهيل اتخاذ القرارات وتحديد المواقف بدلا عن مجلس العشيرة ومختار القرية.

إن نظرية التأثير القوي تتلاءم وتتماشى مع نظرية المجتمع الجماهيري وقد بلورت على أساسها:

2- علاقة نظرية المنبه/ الاستجابة النفسية مع نظرية التأثير القوي:

Stimulus Response Theory

1. أصبحت النظرية السلوكية Behavioral theory مهيمنة في مجال علم النفس في بدايات القرن 20.
2. تفسر سلوكيات الفرد على انه مجرد ردود أفعال response على منبهات خارجية stimuli تأتيه من المحيط الذي يوجد فيه.
3. يمكن أن تأتي هذه المنبهات من المحيط الطبيعي مثل:
 - الشعور بالبرودة أو الحرارة فردة الفعل ستمثل في وضع ملابس ثقيلة وخفيفة.
 - كما تأتي المنبهات من المحيط الاجتماعي مثل أن يوجه لك شخص رسالة لطلب خدمة فتقدمها له.
4. لقد همش أصحاب هذه النظرية كل العمليات العقلية التي يمكن أن يأتيها الفرد لماذا؟

لأن كل ما يصدر عنه هو مجرد ردود أفعال على منبهات خارجية.

فلا يقوم الفرد بأعمال إرادية ولا يتخذ أية مبادرة.
5. اعتمد أصحاب نظرية التأثير القوي على النظرية السلوكية كيف؟

اعتبروا أن الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة هي بمثابة منبهات خارجية كيف؟

6. فالدعاية السياسية هي منه لدفعك كمتلقي لتحديد موقفك السياسي بالطريقة التي يرغب فيها المرسل.

7. والإعلان التجاري منه خارجي لدفعك لاتباع سلوك استهلاكي محدد.

3- علاقة التحليل النفسي والنظرية الفرويدية بنظرية التأثير القوي للاتصال:

يعتبر فرويد Sigmund Freud أن سلوكيات الفرد تتبع من اللاوعي وللإشعور أو من العقل الباطن لكن ما علاقة الفرويدية بنظرية التأثير القوي؟

اعتبر أصحاب نظرية التأثير القوي أن نسبة كبيرة من الرسائل الإعلانية والدعائية تتوجه إلى لاوعي الفرد.

مثال: لترويج سلعة معينة يتم ربطها بشخصية جميلة أو قوية يتمنى المتلقي للرسالة في أعماقه التشبه بها مثل:

النجمة المشهورة أو الرياضي البطل.

إن نظرية المنبه/ الاستجابة والنظرية الفرويدية رغم اختلافهما الشديد، لهما قاسم مشترك ما هو؟ إنهما يهتمان الأفعال الإرادية للفرد.

4- الدعاية السياسية وعلاقتها بنظرية التأثير القوي Political propaganda

تبلورت الدعاية السياسية بشكل خاص خلال الحرب العالمية الأولى

1914-1918 لماذا؟

كانت جبهات القتال متحركة و لم تكن بعيدة عن المدنيين لأنها أول حرب في تاريخ البشرية تجند فيها كل طاقات البلدان المتحاربة واستغلت كل مواردها: الصناعة والزراعة والتجارة...

فكان لا بد من تحريك الأحاسيس ومشاعر الولاء للوطن وشحن الهمم على مزيد من التضحية بالنسبة لكل فئات الشعب.

بالنسبة للعسكريين أرفع روحهم المعنوية لمزيد العطاء والمننيين لحنهم على الالتحاق بصغوف القوات المسلحة والزيادة في الإنتاج لدعم "المجهود الحربي" كالعمل ساعات إضافية بدون مقابل أو للتبرع...

كما توجه هذه الدعاية لصغوف العدو لماذا؟ لكسر الروح المعنوية للعدو سواء مننيين أو عسكريين.

الدعاية المسيحية السوفياتية:

تأسس الاتحاد السوفياتي في 1917 وأصبح في مواجهة مباشرة مع البلدان الرأسمالية ومن بينها الولايات المتحدة الأمريكية لماذا؟

يحرص الطبقات العمالية والشيوعية في هذه الدول على الثورة وقلب للحكم الرأسمالي وإقامة نظام اشتراكي.

الدعاية النازية والفاشية:

طور النظام النازي مع هتلر Hitler وجبلز Gobbles الدعاية على أسس علمية لأول مرة في تاريخ البشرية. وجهت هذه الدعايات لكل من الدول الأوروبية وخاصة للولايات المتحدة الأمريكية.

ردود فعل الولايات المتحدة تجاه حملات الدعاية:

شعرت السلطات الأمريكية أن البلد مستهدف بشكل مباشر بهذه الدعاية السوفياتية والنازية والفاشية لماذا؟ خاصة مع اقتراب الحرب العالمية الثانية 1939-1945.

لان الطبقة العمالية الأمريكية مستغلة من قبل أصحاب رؤوس الأموال خاصة بعد الأزمة الاقتصادية العالمية في 1929 حيث طالت البطالة عشرات الملايين من العمال.

كما أن هناك نسبة كبيرة من الامركيين نوي الأصول الألمانية والإيطالية والذين يمكن أن يتأثروا بدعاية إيطاليا أو ألمانيا لدفع أمريكا للخروج من حيادها ودخول الحرب العالمية الثانية إلى جانب المحور ضد الحلفاء.

اعتبرت السلطات الأمريكية أن النظام الديمقراطي والوحدة الوطنية في خطر فتم تكليف مجموعة من الأكاديميين المتخصصين في مختلف العلوم الاجتماعية لدراسة الظاهرة و تقديم مقترحات عملية للمواجهة.

لتق أغلب الدارسين أن تأثير الدعاية قوي جدا ويمكن أن يكون مدمرا لاسيما خلال فترة الحرب وأوصوا باتخاذ قرارات حازمة.

كان لاسويل Harold Lasswell عالم السياسة من بين الذين كلفوا بهذه المهمة، توصل لاسويل إلى أن تأثير مضامين الدعاية قوي جدا، ويزيد هذا التأثير كلما كان الوضع النفسي state of mind للجماهير غير مستقر ومضطرب.

ويما أن البلد في حرب لا يستطيع رجل الشارع أن يميز بين الإعلام الموضوعي والدعاية المضللة. ما الحل الذي يقترحه؟

اقترح لاسويل تشكيل لجان من "التقنوقراطيين" لتحليل مختلف المضامين الإعلامية والتأكد من خلوها من أية شوائب دعائية.

كان ليبمان Walter Lippmann من بين المتخصصين الذين درسوا الموضوع وخلص أن وسائل الاتصال لا يمكنها تنوير الرأي العام حول المضامين الدعائية فما الحل الذي اقترحه؟

اقترح تأسيس وكالات حكومية لتعقب المضامين الدعائية وتحديد مصادرها إلا أن مقترحات كل من لاسويل و ليبمان تفترض وضع نظام رقابي يمكن أن يكون مستهجنا في نظام لبرالي مثل النظام الأمريكي الذي يؤكد التعديل الأول للمستوره First Amendment على الحرية المطلقة لوسائل الإعلام.

اقترح ديوي John Dewey حلا عمليا لهذه المعضلة. ما هو الحل؟

محاربة الداء بنفس الأسلوب أي استخدام الدعاية المضادة Counter Propaganda لكنها ستكون دعاية بيضاء أو رمادية أي إنها لا تستخدم بشكل مكثف الأكاذيب والأباطيل ولا تهدف الشر بل الدفاع عن النفس وذلك على عكس الدعاية السوداء التي لا تبحث إلا إلحاق الأذى والدمار بالجمهور المستهدف.

الخلاصة: اعتقاد بالقوة الخارقة للدعاية وتأثيرها.

5- تطور الإذاعة والسينما:

أ- الاعتقاد بالآثار المدمرة للسينما:

ابتكرت السينما الصامتة من قبل الأخوين لوميير Lumiere في 1895 ولم تظهر السينما الناطقة إلا في 1929 فانتشرت على نطاق واسع أفلام رعاة البقر وأفلام الجريمة وأفلام الجنس من أجل كسب مزيد من الأرباح فارتفعت الأصوات لانتقاد آثارها المدمرة على المجتمع فقد فسروا تفاقم الجريمة والعنف كنتائج مباشرة للسينما وتردي الأخلاق العامة بسبب الأفلام الخليعة وزيادة السلوكيات العنيفة لدى الأطفال بسبب أفلام الكرتون.

ب- الآثار القوية للإذاعة المسموعة:

تطورت الإذاعة المسموعة بعد الحرب العالمية الأولى حينما زاد عدد المحطات التي تبث بشكل منتظم أصبحت الإذاعة الوسيلة الاتصالية الأولى بدون منازع فهي تشبه وضع التلفزيون حاليا لماذا؟

لأنها وسيلة اتصال اخترقت كل الحواجز:

- حاجز الأمية حيث أنها تستقبل حتى من قبل الأميين.
- الحواجز الجغرافية لعدم احتياجها لمسالك توزيع مثل الصحفية.
- الحواجز السياسية لأنه لا يمكن منعها أو مصادرتها وحتى إقامة محطات تشويش تعتبر عملية مكلفة.

ثم أن وقع الرسالة المسموعة و تأثيرها اكبر من الرسالة المكتوبة لماذا؟
لأنه يتوفر الوقت الكافي للقارئ للتفكير والتحريض في المضمون المقترح
عليه فوطالعه مرة ثانية و يمكن أن يكتشف التناقضات أو النقاط غير المنطقية.

في حين أن الرسالة الشفوية لاسيما في شكل خطبة عصماء تأتي على لسان
خطيب مفوه لا تترك للمتلقى أية فرصة للتأمل والتحليل المنطقي.

لذا ساد الاعتقاد أن احتمال التلاعب بعقول عامة الناس أسهل بكثير عند
استخدام الإذاعة ومما رسخ هذا الاعتقاد حادثة "غزة المريخ" هي نكتة سرعان ما
انقلبت إلى ظاهرة كانت لها أبعاد خطيرة و تتمثل في الآتي:

- المكان: الولايات المتحدة الأمريكية.
- الزمان: عيد القديسين Hallowin نوفمبر 1938.

Orson Wells⁷⁰ مقدم برامج في شبكة CBS الإذاعية قرر اقتباس
رواية الخيال العلمي "حرب العوالم" التي تروي غزو سكان المريخ للأرض لكن
قام بإخراجها بطريقة ذكية جدا لتبدو للمستمعين وكأنها حادثة حقيقية حصلت
بالفعل.

تبدأ المسرحية بنقل حي لحفل موسيقي يقام في احد الفنادق الفخمة بمدينة
نيويورك بمناسبة عيد القديسين يقطع البث المباشر لإذاعة خبر عاجل حول هبوط
مركبة فضائية غريبة الشكل ثم يعود البث المباشر للحفل ويقطع بعد ذلك تباعا
لتقديم مزيد من التفاصيل حول الحدث الغريب بطريقة تصاعدية.

- تقدم شهادات شهود عيان يفترض أنهم حضروا الحدث يتحدثون عن المخلوقات
العجيبة الخضراء.

- تقدم مقابلات مع مختصين في علم الفلك وعلوم الأحياء.
- يقدمون تحليلاتهم للوضع مما يزيد من مصداقية الحدث.

كما تجرى مقابلات مع قادة في الجيش وكبار رجال الشرطة للتعرف على المخاطر التي يمكن أن تنجم عن هذا الغزو وما هي خططهم لمواجهة الموقف.

ما هي نتيجة هذه الدعاية التي تبدو بريئة؟

لقد انطلقت الخدعة على مئات الآلاف من المستمعين الذين أصابهم هلع شديد واعتبروا أن هذه الأخبار حقيقية فغادر عشرات الآلاف بيوتهم حاملين معهم ما خف وزنه وغلا ثمنه مع حدوث فوضى لا توصف على الطرقات واختناقات وحوادث مرورية لا تعد ولا تحصى.

وحتى الذين يقطنون مناطق بعيدة عن الموقع المفترض للهبوط فقد تمترسوا في بيوتهم وكدسوا المؤن أمام هذه التطورات غير المتوقعة والمشاكل التي تسببت فيها باندرت كل وسائل الإعلام والسلطات بتكذيب الخبر وأكدت أنها مجرد "كذبة أبريل" إلا أن الجمهور لم يصدق ذلك واعتبر أنها مجرد تطمينات.

فلجا المقدم إلى إعلان أن المخلوقات الغازية بدأت تموت لأن جهازها المناعي لم يتمكن من تحمل بعض البكتيريا الموجودة في الأرض اعتبرت حادثة غزاة المريخ بمثابة إثبات لا يدع أي مجال للشك بأن تأثير الإذاعة ووسائل الإعلام بشكل عام قوي جدا ولا يمكن أن يقاوم وأن لدى الجمهور قابلية لتصديق كل ما يقال له مهما كان غريبا وغير منطقي لأن المرسل حسب نظرية الرصاصة قسوي جدا و المسيطر على العملية الاتصالية في حين أن المتلقي ضعيف ومطيع و مستسلم واعزل ليس لديه أية دفاعات تجاه الرسالة أو الطلقة أو الحفنة.

نقد نظرية التأثير القوي للاتصال:

لاقت هذه النظرية رواجاً كبيراً خلال فترة ما بين الحربين لأنها كانت متسقة مع النظرية الاجتماعية السائدة آنذاك (المجتمع الجماهيري) والنظرية النفسية والتحليل النفسي وتوفر تفسيراً منطقياً لكل من يعتقد أن لوسائل الاتصال قوة خارقة ولا محدودة.

لكن النظرية لاقت انتقادات مختلفة سنشير لبعضها:

1. اعتمدت هذه النظرية بالدرجة الأولى على علم النفس وعلم النفس الاجتماعي والتحليل النفسي.
2. وأكدت أن الرسائل الإعلامية تؤثر فقط على الجوانب النفسية الشعورية واللاشعورية للأفراد.
3. لكنها تجاهلت كل العوامل السياسية والثقافية والاقتصادية التي يمكن أن تؤثر على العملية الاتصالية.

مثال: إن الدعاية النازية في عهد هتلر لم تؤثر على الشعب الألماني باستخدامها لللاشعور فقط بل لأنه استخدم الرعب والتقتيل لإخضاع الجماهير وانتقدت هذه النظرية من قبل أصحاب المؤسسات الإعلامية لأنها تقوم بتحريض الرأي العام والسلطات الأمريكية ضدهم وتدفعها لاتخاذ إجراءات تحد من حرية تصرفهم في اختيار المضامين التي تدر عليهم أرباحاً وفيرة مثل العنف والإثارة والجنس...

نظرية التأثير المحدود:

التأثير المحدود" أوالتعرض الانتقائي (Selective Exposure) ويستند الفهم الجديد لتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على الجمهور إلى مسلمات نفسية واجتماعية مختلفة تماماً عن تلك الافتراضات والمعلومات التي استند إليها الباحثون السابقون، كما يعكس أيضاً تقدماً في أساليب البحث العلمي المتبعة في تلك المرحلة لقياس هذه التأثيرات .

وينضوي تحت هذه النظرية نماذج أو مداخل مختلفة أهمها:

أ. مدخل الفروق الفردية: يركز أصحاب هذا المدخل على دور عملية التعليم والتعلم كمصدر من مصادر الفروق بين الأفراد في استجاباتهم لوسائل الاتصال الجماهيرية، وعلى دور الأفراد في إبتقاء وسائل الاتصال الجماهيرية التي يودون للتعرض لها؛ فالتأثير الذي تحدثه هذه الوسائل عليهم، إنما يخضع لظروف الفرد الذاتية، ولسماته الشخصية.

ب. مدخل الفئات الاجتماعية: (Social Categories) تختلف توجهات أصحاب هذا المدخل ومنطلقاتهم عن منطلقات المدخل السابق. فهم وإن كانوا يقرون بوجود فروق فردية بين الأفراد في المجتمع، كما يذهب أصحاب مدخل الفروق الفردية، إلا أنهم يختلفون معهم في نظرتهم إلى استجابات هؤلاء الأفراد لوسائل الاتصال. فالأفراد، كما يرى أصحاب مدخل الفئات الاجتماعية، لا يوجدون كنزات مستقلة أو منفصلة عن بعضها البعض داخل المجتمع، وإنما هم يتعقدون أو يتجمعون في فئات أو شرائح أو طبقات اجتماعية معينة، ويتميزون بخصائص متشابهة كتشابههم في الدخل، أو العقيدة، أو الطائفة، أو العرق، أو الحزب، أو الطبقة، أو القطاع الاجتماعي "الريف وحضر"، أو العمر أو المهنة...إلخ. إن هذا التشابه في الخصائص يجعل من كل فئة من هذه الفئات فئة اجتماعية مغايرة للفئات الأخرى في

طرق تعاملها واستجاباتها لوسائل الاتصال الجماهيرية. وهكذا، فإن الفئات المتشابهة تستجيب لوسائل الاتصال بطرق متشابهة.

ت. مدخل العلاقات الاجتماعية: (Social Relations) وأما المدخل الآخر الذي ينضوي تحت نظرية التأثير المحدود لوسائل الاتصال الجماهيرية، والذي كان له دور كبير في كشف المزيد عن طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال والجمهور، والذي أثرت نتائج البحوث التي أجراها المدافعون عنه إلى تقدم ملموس وواضح في مسيرة التفكير الاجتماعي بمسألة طبيعة هذه العلاقة، فهو المدخل المعروف باسم مدخل العلاقات الاجتماعية .

ويرى الباحثون هنا أن طبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة في المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة الاتصالية (رسمية أم غير رسمية، مغلقة، أم مفتوحة، فائترة أم حميمية، صراعية أم تعاونية... إلخ) تحدّ وتقلل من التأثيرات المباشرة والفورية لوسائل الاتصال على الأفراد. فالعلاقات غير الرسمية والمفتوحة السائدة في مجتمع ما، قد تعمل على حماية الأفراد، من تأثيرات وسائل الاتصال المباشرة عليهم، وتقلل من مخاطرها وانعكاساتها السلبية .

وقد توصل الباحثون إلى هذه النتيجة من خلال دراساتهم التي أجروها على للسلوك الانتخابي في أثناء الحملة الإعلامية لانتخابات الرئاسة الأمريكية في الأربعينيات. حيث تبين لهم مدى فاعلية الدور الذي تقوم به العلاقات الشخصية والاجتماعية في هذا السلوك في مجمل عملية الاتصال الجماهيري خلال تلك الحملة، ودور الجماعات المرجعية (Reference Groups) أيضاً في التأثير على هذا السلوك. إذ تعمل هذه الجماعات كموامل وسيطة تحمي الأفراد من التأثيرات المباشرة لوسائل الاتصال. وهذا يعني أن غالبية الأفراد لا يحصلون على معلوماتهم بشكل مباشر من

هذه الوسائل، وإنما هناك عوامل وسيطة تتوسط بينهم وبينها. كالأسرة مثلاً، واتحاد النقابات، والجمعيات وقادة الرأي.. الخ.

إن تنفق العملية الاتصالية، إذن، يمر بخطوتين، وليس بخطوة واحدة كما كان يظن في السابق: الخطوة الأولى تبدأ حين تخرج الرسالة من المؤسسة الاتصالية إلى الجمهور، ولكنها لا تصل إليه مباشرة، بل تمر عبر قادة الرأي، فيتلقاهما هؤلاء للقادة باعتبارهم عوامل وسيطة بين المؤسسة الاتصالية وبين الأفراد، وأما الخطوة الثانية فتبدأ حين تخرج الرسالة من قادة الرأي هؤلاء إلى بقية أفراد المجتمع.

ونجد تأكيداً لدور قادة الرأي أيضاً في الحد من تأثير قوة وسائل الاتصال على الأفراد لدى أصحاب مدخل آخر يعرف باسم "انتشار المبتكرات". يذهب أصحاب هذا المدخل وبخاصة روجرز وشوميكير، (Rogers and Shoemaker) إلى تأكيد فرضية تنفق سير العملية الاتصالية على مراحل، وإلى الدور الحاسم الذي يمارسه قادة الرأي في التأثير على الأفراد خلال كل مرحلة من هذه المراحل. ففي نظريتهما المعروفة باسم انتشار المبتكرات (Diffusion of Innovation)، ذهبا إلى القول بأن انتقال المعلومات، وبخاصة حول المبتكرات أو الأفكار الجديدة في المجتمع، يمر بأكثر من خطوة، وينساب عبر عدد كبير من الأفراد يسمح لهم بالتدخل في توضيح بعض الجوانب المتعلقة بهذه المبتكرات. إن دور الاتصال، حسب رأيهما، في هذه الحالة يتجسد في إثارة اهتمام الأفراد بهذه المبتكرات الحديثة وتهيئتهم لتقبلها. وفي هذه الحالة فإن الدور الأكبر والفعلي في انتشار المبتكرات إنما يرجع إلى ما يمارسه قادة الرأي من تأثيرات معينة عليهم.

ومن أشهر المداخل الأخرى التي تتدرج تحت نظرية التأثير المحدود، والتي تعتبر إسهامات رولاندا في تفسير استخدام الأفراد لوسائل الاتصال مهمة في إعادة

النظر في مسألة تأثير وسائل الإتصال، فهو المدخل المعروف باسم الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications).

يرى أصحاب هذا المدخل، أن وسائل الاتصال تعتبر مصدراً حيوياً ونافعاً في تزويد الأفراد بما يريدونه من معارف، وفي تلبية ما لديهم من حاجات ومتطلبات. لذا، فهم حين يلجأون إلى هذه الوسائل إنما يكون من أجل تحقيق هذه الحاجات والعمل على إشباعها.

وهكذا فإن تعامل الجمهور مع هذه الوسائل بهذه الطريقة يعمل على حمايته من طغيان تأثيرات هذه الوسائل عليه، كما يقول إيلشتاين، أكثر مما تعمله أية عوامل أخرى ذلك أن وسائل الاتصال في هذه الحالة ليست هي التي تحدد للأفراد نوع الرسائل أو المضامين التي يتوجب عليهم مشاهدتها أو التعرض لها، وإنما الأفراد أنفسهم هم الذين يتحكمون بتلك الرسائل بالطريقة التي يريدونها وبالوسيلة التي يختارونها من أجل إشباع حاجاتهم المختلفة (كالوصول على المعرفة، والترفيه، والمعلومات، والأخبار... إلخ).

وعلى الرغم من أهمية هذا المدخل في استجلائه لجانب مهم من جوانب تعامل الأفراد مع وسائل الاتصال في تلك المرحلة، إلا أنه تعرض لبعض الانتقادات التي دفعت بعض الباحثين إلى إعادة النظر في بعض افتراضاتهم ومسلماتهم حوله، وإجراء بعض التعديلات عليها والتوضيحات على بعضها الآخر في السنوات اللاحقة، حيث لا يزال يتبع هذا المدخل العديد من الباحثين في الدراسات الاتصالية ممن يرون في افتراضاته بعض جوانب الصحة التي تساعدهم في فهم طبيعة العلاقة بين هذه الوسائل والأفراد.

وبالرغم من تعدد المداخل الفرعية التي تتضوي تحت (نظرية التأثير المحدود) فإن جميع الباحثين الذين يلضون تحت لوائها كانوا قد حاولوا، في الواقع، التأكد من صحة ادعاءات مدخل التأثير القوي والمطلق لوسائل الاتصال

الجماعيرية على الأفراد؛ إذ قاموا بإجراء دراسات وبحوث ميدانية عديدة للتأكد من صدق هذا الإدعاء، بدأت من الأربعينيات واستمرت حتى نهاية الخمسينيات تقريباً، لم توصلهم إلى أي دليل يدعم صدق ما ذهب إليه ذلك الادعاء السابق، بل توصلوا إلى نتائج معاكسة تماماً؛ إذ تبين لهم أن تأثير وسائل الاتصال الجماعيرية على الأفراد ليس فورياً ولا مباشراً من جهة، وليس متجانساً في قوته أيضاً من جهة أخرى؛ بل هو تأثير يختلف باختلاف الفروق النفسية والمزاجية للأفراد الناشئة عن تباين طرق تنشئتهم الاجتماعية وتمايز أساليب اكتسابهم لخبراتهم المتنوعة .

وبالإضافة إلى ذلك، فقد أفضت نتائج دراساتهم التي أجروها في هذا المجال، إلى التأكيد على أنه يجب النظر إلى قوة وسائل الاتصال أو ضعفها، سواء أكان ذلك مباشراً أم غير مباشر، مقصوداً أم غير مقصود، من خلال العمليات الاختيارية أو الانتقائية التي يقوم بها الفرد للمحتوى المعرفي الذي يتعرض له في هذه للوسائل؛ إذ تعمل هذه العمليات كموامل وسيطة في العملية الاتصالية، من شأنها أن تحد من تأثيرات وسائل الاتصال القوية والمباشرة عليه.

وقد اتضح لهم من خلال هذه الدراسات أيضاً، أن الأفراد يعرضون أنفسهم بشكل طوعي أو اختياري (Selective Exposure) للوسيلة الاتصالية التي يريدونها، والتي يتولف محتواها مع ميولهم واهتماماتهم واعتقاداتهم، كما تبين لهم كذلك أن الأفراد إنما يدركون الرسائل الاتصالية التي يتعرضون لها في هذه الرسائل، ويفسرون محتوياتها وفقاً لأنواعهم ومصالحهم وتوقعاتهم. هذا إضافة إلى أنهم يتذكرون بشكل انتقائي ما يحبونه أو يرغبونه، ويتجنبون تذكر أو استرجاع ما لا يحبون أو يرغبون من محتويات هذه الرسائل الاتصالية التي يتعرضون لها. وهكذا كشفت الدراسات الميدانية التي قام بها هؤلاء الباحثون، أن وسائل الاتصال لا تؤثر تأثيراً مباشراً على الأفراد، ولكنها تعمل من خلال ما أسموه بالعمليات الاختيارية أو العوامل الوسيطة.

وقد استعرض الباحث جوزيف كلابر. في المستنديات الدراسات التي أجريت حول تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على الأفراد، وخرج بعدة تعميمات يمكن تلخيصها بما يلي:

"إن وسائل الإتصال ليست عادة السبب الكافي أوالضروري لإحداث التأثير على الجماهير. ولكنها تعمل مع، ومن خلال، بعض العوامل والمؤثرات الوسيطة. وفي الحالات الخاصة التي تعمل فيها وسائل الاتصال على حدوث تغيير، فمرد ذلك هوعدم قيام العوامل الوسيطة بنورها في هذه الحالة، وبذا يصبح تأثير وسائل الإتصال مباشراً، لأن العوامل الوسيطة التي تميل الى تدعيم الاتجاهات الموجودة لدى الفرد وتقويتها لديه، تساعد هي نفسها على إحداث التأثير أو التغيير.

ويجب ألا يفهم من النتيجة التي توصل اليها كلابر، أن وسائل الاتصال الجماهيرية عديمة للتأثير على الأفراد في كل الظروف، وإنما يعني انها تمارس عملها وتأثيراتها ضمن نظام العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع الذي تعمل فيه هذه للوسائل. وفي ظل ظروف ثقافية واجتماعية محددة تعمل هذه الظروف والعلاقات، وبخاصة غير الرسمية، على الحد أو التقليل من تأثيرات هذه الوسائل. وبالإضافة إلى ذلك، توصلت للدراسات السابقة الى أن تأثيرات وسائل الاتصال ترتبط ايضا باعتبارات فردية، وسمات شخصية، وظروف الفرد الذاتية. فما يتعلمه الأفراد من وسائل الاتصال لا يؤدي بالضرورة الى تغيير اتجاهاتهم، وإذا ما أدى إلى ذلك في حالات معينة ومحدودة، فإنه قد لا يؤدي الى تغيير في سلوكياتهم وتصرفاتهم. فالتأثير، في الواقع، يخضع، حسب وجهة نظرهم، لاعتبارات كثيرة أهمها كما قلنا، ظروف الفرد الذاتية وطبيعة العلاقات الاجتماعية القائمة في المجتمع؛ إذ تعمل هذه العوامل على حماية الأفراد من تأثيرات وسائل الاتصال المباشرة والفورية عليهم.

وهكذا لم يعد يُنظر إلى الأفراد حسب المواقف عن هذه النظرية، بمدخلها/ نماذجها المختلفة، على أنهم مجرد تجمع سلبي وخامل، (Passive) في تعاملهم مع هذه الوسائل، بل هم أفراد فاعلون (Active) في هذا التعامل، لديهم حرية اختيار الوسيلة الاتصالية التي يريدون التعامل معها أو مع مضامينها الثقافية والمعرفية (Selective Exposure) ويدركون هذه المضامين بطرق انتقائية/ اختيارية (Selective perception)، كما أنهم يتذكرون بطرق اختيارية ما يريدون تذكره من هذه المضامين. (Selective recalling) إن هذا التعرض الانتقائي لوالاختياري هو الذي يحميهم من مخاطر التأثير القوي لهذه الوسائل عليهم، كما كشفت عنه نتائج دراسات الباحثين في هذا المجال في تلك الفترة من تطور التفكير الاجتماعي في مسألة فهم العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيرية وبين الأفراد.

وهكذا، فإن نظرية للتأثير المحدود بنماذجها السابقة المختلفة، كانت قد عملت على تقديم صورة مختلفة ومتباينة إلى حد كبير عن تلك التي قدمها أصحاب مدخل التأثير القوي المباشر بشأن طبيعة العلاقة بين الأفراد ووسائل الاتصال الجماهيرية. ولكن البحث العلمي في مسألة التأثيرات لم يتوقف عند هذا الحد، بل استمر في الكشف عن فهم طبيعة العلاقة بين وسائل الإتصال الجماهيرية والأفراد؛ إذ طرأت في السنوات اللاحقة، بعض التعديلات والتغيرات على هذه النظرية تعكس التقدم الذي طرأ على الفكر الاجتماعي في هذه المسألة. ولقد تمخضت هذه التعديلات عن نظرية ثالثة شكلت اسهاماً مهماً وجديداً في فهم مسألة تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية.

نظرية التأثير المعتدل:

شهدت السنوات اللاحقة (المستينيات والسبعينيات) تطوراً في التفكير الاجتماعي بمسألة تأثيرات وسائل الاتصال على الجمهور، كما أشرنا، أفضى إلى ظهور نظرية جديدة تدعو إلى إعادة النظر في فهم طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيرية وبين الأفراد .

يرى أصحاب للنظرية الجديدة أن الفهم السابق لمسألة التأثير، برغم أهميته، يبقى غير دقيق وغير كاف لفهم هذه العلاقة المعقدة، وينقصه العديد من المتغيرات التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند دراسة هذه العلاقة؛ كما انهم يرون أيضا ان تقليل نظرية للتأثير المحدود السابقة من شأن تأثير وسائل الاتصال على الأفراد، واهتمامها بالتأثير ذي المدى القصير والمباشر، واستبعادها للتأثيرات ذات المدى البعيد وغير المباشر، وانحصار اهتمامها بتأثير هذه الوسائل على آراء الأفراد واتجاهاتهم فقط، كان قد جعل منها نظرية غير موفقة في تقديم فهم شامل لمسألة التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال على الأفراد. ومن هنا كانت الحاجة، برأيهم، إلى نظرية جديدة لا تبالي في تصوير قوة وسائل الاتصال، ولا تقل من شأن هذه القوة أو تفهيمها.

وتتكون نظرية التأثير للمعتدل لوسائل الاتصال الجماهيرية من عدة نماذج فرعية، يشكل كل نموذج/مدخل منها إضافة جديدة إلى ما سبقه من نماذج من حيث فهمها لمسألة التأثيرات. ويمكن تلخيص كل مدخل منها كما يلي:

أ. مدخل ترتيب الأولويات - الأجندة (Agenda Setting).

يرى أصحاب هذا المدخل أن وسائل الاتصال بمقدورها توجيه الرأي العام، والتأثير على المدى الطويل في تشكيل اهتماماته حول قضية ما من القضايا الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية، وذلك من خلال التركيز عليها في هذه الوسائل حتى تستحوذ على اهتماماته وانتباهه. أي أن الدور الفعلي لهذه الوسائل، كما يرون، يمكن في تحريك اهتمامات الجمهور بقضايا وموضوعات بعينها لتتفق في ترتيبها مع الترتيب الذي تضعه هذه الوسائل لأهمية هذه القضايا والموضوعات؛ فمثلا يحدد أويرتب جدول أعمال أي مؤتمر أو لقاء أو اجتماع الموضوعات التي سوف تجري مناقشتها بناء على أهميتها حسب ذلك الجدول، تقوم وسائل الاتصال الجماهيرية بالوظيفة نفسها. أي أنها تفرض على الجمهور جدول أعمالها الذي يحدد لهم الأهم، والمهم، والأقل أهمية، وغير المهم من تلك الموضوعات.

ولقد لخص الباحثان لانيج ولانيج هذا المخل والافتراضات القائم عليها كما يلي: "ان وسائل الاتصال هي التي توجه اهتمام الجمهور نحو قضايا بعينها، وهي التي تطرح الموضوعات عليه، وهي التي تقترح ما الذي ينبغي ان يفكر فيه، وما الذي ينبغي ان يعرفه أو يشعر به" فعلى سبيل المثال حين تقرر وسيلة اتصالية ما ان قضية ما من القضايا "كالإرهاب" مثلاً، هي قضية مهمة، أو أن شخصاً ما هو شخص "إرهابي"، أو أن مطربة ما من المطربات هي مطربة "مهمة" فإنها تعطيهما مساحة أو تغطية واسعة وتخصص لها وقتاً كافياً في عروضها وتكرر ذلك بشكل دائم، حتى تبدو تلك القضية، كما يقول أصحاب هذا المخل، قضية هامة لدى الجمهور الذي يتعرض لتلك الوسيلة الاتصالية، وتكتسب عندهم أولوية من أولوياتهم.

وعلى الرغم من الانتقادات التي وجهت الى هذا المخل، الا انه أسهم في تعميق الفهم لذلك الدور الذي تمارسه وسائل الاتصال الجماهيرية في التأثير على الأفراد، وبخاصة التأثير على المدى البعيد.

ب. مدخل التنشيف أو الغرس الثقافي (Cultivation Approach)

يعتبر هذا المخل تطبيقاً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعاني وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم بالملاحظة، والأدوار المنسوبة الى وسائل الاتصال في هذه العمليات؛ حيث ينسب دعاة هذا المخل الى هذه الوسائل دوراً واضحاً وملموساً في ذلك.

وقد قام الباحثون من التأكد امبريقياً من هذا الادعاء، فقاموا بدراسات ميدانية امتدت لسنوات طويلة، استمرت في الواقع طيلة الستينيات والسبعينيات حول قدرة هذه الوسائل على تشكيل المعاني والمعتقدات والصور الرمزية حول قضية شغلت

المجتمع الأمريكي في تلك السنوات، وهي قضية الجريمة والعنف الذي ساد ذلك المجتمع في تلك الفترة.

وقد قادتهم دراساتهم الى نتيجة مفادها ان تعرض الفرد المتكرر للتلفزيون ولفترات طويلة ومنظمة تنمي لديه اعتقاداً بأن العالم الذي يشاهده هو صورة عن العالم الاجتماعي الذي يعيشه .

وهكذا فإن هذا المدخل يرى ان وسائل الاتصال تؤثر بشكل قوي على ادراك الافراد للعالم الخارجي وتبني لديهم اعتقادات خاصة حول طبيعة هذا العالم، وخاصة اولئك الذين يتعرضون لهذه الوسائل بشكل مكثف ولمدة طويلة من الزمن. وعليه فإن الصور الذهنية التي يحملها هؤلاء الافراد في رؤوسهم ما هي إلا نتيجة لهذا التكرار.

وتؤكد هذه الدراسات ايضاً أن تأثير التلفزيون كوسيلة اتصالية فاعلة ومؤثرة في تكوين هذه الصور الرمزية عن العالم الاجتماعي، إنما هو تأثير يتم على المدى الطويل، أي أنه يحتاج إلى فترة طويلة حتى تظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنياً، كما أنه تأثير غير مباشر على الأفراد، وغير متجانس أيضاً في قوته على الجميع ؛ فتأثيره على الصغار يكون أقوى منه على الكبار، ذلك لأن الصغار لم تتكون لديهم القدرة على التمييز بين الحقيقة والخيال؛ ويكون تأثيره على الصغار في الأسر المفككة أقوى من تأثيره على الأطفال في الأسر المتماسكة.

ث-مدخل الاعتماد على وسائل الاتصال (Dependency Approach)

يتناول هذا المدخل وسائل الاتصال باعتبارها أنظمة اجتماعية (Social Systems) ذات طبيعة تفاعلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع (كالنظام الاقتصادي والسياسي). وقد أضاف هذا الفهم لطبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال والأفراد بعداً جديداً ومهماً لم يلتفت إليه الباحثون في السنوات السابقة مطلقاً.

إن النظر إلى وسائل الاتصال بوصفها أنظمة اجتماعية تتداخل مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع، وتحديد طبيعة هذا التداخل والتفاعل بينها، هو الذي يقرر مدى قوة التأثير الذي تحدثه هذه الوسائل أو ضعفه من جهة، أو تجعل منه تأثيراً مباشراً أو غير مباشر على الأفراد سواء، أكان قصير المدى أم بعيد، من جهة أخرى .

ويذهب دوفلور، بوصفه أحد أقطاب هذه النظرية والمدافعين البارزين عنها، إلى القول بأن فهمنا لطبيعة التأثير، ومستواه وقوته ومداه سيستعصي علينا، ما لم نستطع تحديد الاعتماد المتبادل (Interdependent) بين كل من مؤسسة الاتصال الجماهيرية، باعتبارها نظاماً اجتماعياً، وبين النظام السياسي والاقتصادي في المجتمع، وبين الجمهور.

وأما فيما يتصل بعلاقة النظام السياسي بالمؤسسة الإعلامية، فهو، في الواقع، يلجأ إليها لتساعده في نشر سلطته، وفرض هيمنته، والترويج لأفكاره ومبادئه في المجتمع؛ في حين نجد أن النظام الاقتصادي يلجأ إليها لدوافع أخرى تكمن في قدرتها على الترويج لمشاريعه الضخمة والإعلان عنها. ولا توجد مؤسسة أخرى، كما يقول دوفلور، ويؤيده في ذلك الباحث هيرت شيلر، بمقدورها القيام بهذا الدور بفاعلية كالمؤسسة الاتصالية التي لا تستغني هي الأخرى عن دعم هذين النظامين لها وحمايتهما السياسية والمادية لها في ترويجها ونشرها لمنتجاتها الثقافي .

وأما فيما يتعلق بالاعتماد المتبادل بين المؤسسة الاتصالية والجمهور، فيرى دوفلور أن الجمهور لا يستطيع الاستغناء عن هذه المؤسسة أيضاً، فهي التي تزوده بالمعرفة والمعلومات والأخبار بكافة أشكالها وأنواعها محلياً وخارجياً، وهي التي تعمل على توجيه سلوكه وتفاعله وطريقة تعامله مع المواقف الطارئة من خلال ما تقدمه له من معارف ومعلومات وخبرات، وهي أيضاً التي تعمل على ترفيحه وتسليته ليروح عن نفسه عناء التعب اليومي في مجتمع رأسمالي لا يرحم.

ويؤكد دوفلور هنا، أنه على الرغم من وجود مؤسسات أخرى في المجتمع تقوم بتحقيق هذه الحاجات والأهداف للفرد (كالأسرة والأصدقاء وبعض الاتحادات والجمعيات التي ينتمي إليها الفرد.... الخ)، إلا أن اعتماد الفرد على المؤسسة الاتصالية في المجتمع المعاصر في تحقيق ذلك يفوق أي اعتماد آخر. فهذه المؤسسة هي التي تسيطر على مصادر المعلومات التي يحتاجها الفرد في حياته اليومية لأكثر من غيرها، الأمر الذي يجعل الاعتماد عليها أمراً ضرورياً لا يمكن الاستغناء عنه. ونظراً لتباين الأفراد واختلافهم في أهدافهم ومصالحهم وحاجاتهم فانهم، كما يقول دوفلور، يختلفون في درجة اعتمادهم على هذه المؤسسة .

ويقدم دوفلور نموذجاً دقيقاً لفهم طبيعة تأثيرات المؤسسة الاتصال الجماهيرية، بوصفها نظاماً اجتماعياً متداخلاً ومتربطاً مع أنظمة أخرى في المجتمع. ويقوم هذا النموذج على فهم دقيق لثلاثة عناصر متداخلة هي:

1. طبيعة البناء الاجتماعي للمجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة الاتصالية.
 2. طبيعة الأفراد من حيث مدى اعتمادهم على هذه المؤسسة في تزويدهما لهم بالمعرفة والمعلومات الضرورية في حياتهم.
 3. طبيعة المعلومات نفسها التي تقدمها المؤسسة الاتصالية للأفراد.
- وإذا ما تمكنا من تحديد طبيعة الاعتماد المتبادل بين هذه النظم الثلاثة، استطعنا، كما يقول دوفلور، تحديد نوع التأثير الذي ستحدثه هذه المؤسسة على الأفراد سواء أكان وجدانياً، أم معرفياً أم سلوكياً، واستطعنا كذلك تحديد مستوى قوته أوضعفه وتمكنا أيضاً من تحديد مدى قوة هذا التأثير سواء أكان قصير الأجل أم بعيد.

لقد سيطر هذا المنظور الجديد، والفهم الدقيق في تفسير طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال والجمهور على تفكير العديد من الباحثين، ليس فقط في السبعينيات بل في السنوات التي تلت ذلك، وهي السنوات التي شهدت زخماً هائلاً في بحوث

تأثير وسائل الاتصال وبخاصة التلفزيون باعتباره القناة الأكثر جانبية وجدلاً في حقيقة تأثيراتها على الجمهور .

ولابد من التأكيد هنا، على مدى تأثر البحوث والدراسات الاتصالية في هذه المرحلة من مراحل تطور التفكير الاجتماعي بمسألة طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيرية والجمهور بالجدل المحتكم آنذاك بين الماركسيين وأصحاب الاتجاه التعددي في العلوم الاجتماعية (Pluralists) حول مسألة ملكية وسائل الإنتاج (Ownership) وطبيعة الضبط (Control) الذي يمارسه مالكو هذه الوسائل على طبيعة محتوى الإنتاج الثقافي والمعرفي لها.

وفي هذا الصدد يرى بعض المنظرين الماركسيين، وفي طليعتهم ميليباند، (Miliband) بأن مالكي المؤسسة الاتصالية - (Media Owners) بصفتها مؤسسة إنتاج معرفي وثقافي - يمارسون قوة هائلة في التأثير على الجمهور من خلال تدخلهم المباشر في تقرير شكل المنتج وطبيعته

في حين يرى بعضهم الآخر، وبخاصة بيتر جولدنج وجراهام ميردوك، أن هؤلاء المالكين لا يتدخلون بشكل مباشر في طبيعة المحتوى المعرفي والثقافي لهذه المؤسسة، وإنما يمارسون تأثيرهم من خلال المديرين الذين يعينونهم لينوبوا عنهم في تنفيذ سياساتهم وتوجهاتهم الأيديولوجية.

ولما ذووا الاتجاه التعددي، فلهم وجهة نظر مخالفة لوجهة نظر الماركسيين في هذه المسألة؛ إذ يرون أن تأثير مالكي المؤسسة الاتصالية في تقرير شكل الرسائل الاتصالية المنتجة ومحتواها هو تأثير ضعيف للغاية. فالدور الأكبر والأقوى في صناعة هذا المنتج إنما يعزى للجمهور نفسه وليس لهؤلاء المالكين. إن طلبات الجمهور وحاجاته ورغباته (Audience Demands)، هي التي تتحكم بهذا المنتج وبهذه الرسائل الاتصالية، وإن لم تستجب هذه المؤسسة لهذه الحاجات، فإنها، برأيهم، ستعرض للإفلاس والانهيار.

واعتماداً على ما سبق، يمكن القول بأن نظرية التأثير المعتدل لوسائل الاتصال الجماهيرية على الأفراد، بنماذجها المتعددة، كانت قد سيطرت على الفكر الاجتماعي بهذه المسألة طيلة فترة الستينيات والسبعينيات، وتمثل بداية جديدة ونقطة انطلاق مهمة في النظر الى مسألة تأثير هذه الوسائل عليهم. فهي بتأكيدا عليهم. على ضرورة التعامل مع وسائل الاتصال الجماهيرية باعتبارها نظاماً اجتماعية ذات طبيعة اعتمادية - تفاعلية مع النظم الاخرى الموجودة في المجتمع، كالنظام الاقتصادي والسياسي، يصعب فهم وظائفها وأدوارها دون تحليل عميق لطبيعة هذه التبادلية، تكون قد مهدت لبروز اتجاه جديد في الدراسات الاتصالية يركز على البعد الاجتماعي والاقتصادي والسياسي في فهم عمل المؤسسة الاتصالية.

نظرية الغرس الثقافي:

أولاً: مفهوم الغرس:

يمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي (لوسائل الإعلام) خاصة التلفزيون حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساساً للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي، وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات. وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية فإن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار في الجماعات والأسر غير المتماسكة أو بين الأطفال الذين يقل لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة، وكذلك بين الجماعات الهامشية أو الأقليات أو بين من يصورهم التلفزيون ضحايا.

ثانياً: مفهوم نظرية الغرس الثقافي:

هذه النظرية تعلقت بوسيلة التلفزيون لدراسة العنف والجريمة في المضامين التلفزيونية وتطورت ونتج عنها ان اكتشف ان الفرد الذي يتعرض للتلفزيون تغرس فيه قيم وتصورات تجعله يتبناها ويظن انها فعلاً ما يحدث بالواقع وبالتالي تغرس فيه لا شعورياً فإذا سألناه عن ظاهرة ما يكون تفسيره ونظرته حسب ما يتلقاه من التلفزيون و مغايرة تماماً للواقع. والمتلقي يتقبل ما يبث له على أنه تعبير حقيقي للواقع، لكونه غير واع بعملية صنع هذا الواقع، بل إن وعيه لا يتعدى الشعور بالتسلية، وذلك بقضاء الساعات الطويلة أمام شاشة التلفاز.

ونظرية الغرس الثقافي هي نظرية إجتماعية تهدف إلى دراسة تأثير التلفزيون على الأمريكيين وكان هذا في الستينات والسبعينيات. وضعها مجموعة من العلماء ولكن مؤسسها الرئيسي هو George Gerbner.

ويعتقد صاحب هذه النظرية أن الناس في المجتمعات الغربية إنما هم أسرى الواقع المصنوع هذا وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما ينبت من تعقيدات من مثل هذا التباين.

ثالثاً: التعريف بمؤسس النظرية:

ولد George_Gerbner في الثامن من أغسطس 1919 وهو أستاذ للاتصالات ومؤسس نظرية الغرس الثقافي ولد في بودابست، هنغاريا، وهاجر الى أميركا في أواخر 1939. حصل Gerbner على درجة البكالوريوس في الصحافة من جامعة كاليفورنيا، بيركلي في عام 1942. وعمل لفترة قصيرة لصحيفة سان فرانسيسكو كرونيكل بوصفه كاتب عمود ومساعد رئيس التحرير المالي. وانضم الى الجيش الأميركي في 1943. وانضم الى مكتب الخدمات الاستراتيجية أثناء الخدمة، وتلقى النجمة البرونزية. وسرح Gerbner برتبة رقيب أول. بعد الحرب عمل كاتب حر ومسؤول الدعاية ودرس الصحافة في كلية ايل كامينو في حين كسب الماجستير (1951) والدكتوراه (1955) في مجال الاتصالات في جامعة كاليفورنيا الجنوبية. وهو صاحب أطروحة نحو نظرية عامة للاتصالات والتي فازت بجائزة أفضل أطروحة.

شخص لديه مرض السرطان في نوفمبر 2005 وتوفي في شقته بوسط مدينه فيلادلفيا في 24 ديسمبر 2005 يقول: "George_Gerbner ان التلفزيون أصبح عضوا رئيسيا في الأسرة، وهو الذي يروي معظم القصص في معظم الوقت".

رأبسعاً: مفاهيم مرتبطة بالنظرية:

مفهوم الاتجاه السائد:

يقصد بالاتجاه السائد التجانس بين الأفراد ذو درجة الكثافة الواحدة في اكتساب الخصائص الثقافية المشت ركة للمجتمع التي يقيمها التلفزيون كقناة ثقافية

حديثه والصور التي يراها. وبالتالي يمكن الكشف عن التباين في إدراك العالم الخارجي بين الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة أقل وبين الذين يشاهدونه بكثافة كبيرة **heavy views** وبالتالي فإن الاتجاه السائد عبارة عن نسيج من المعتقدات والقيم والممارسات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة و يتوحد معها كثيفو المشاهدة ولا تظهر بينهم الفروق الكبيرة في اكتساب هذه الصور أو الأفكار باختلاف خصائصهم الاجتماعية أو السياسية. وبالتالي فإن الاتجاه السائد يشير إلى سيطرة التلفزيون في غرس الصور والأفكار بشكل يجعل الفوارق أو الاختلافات تقل أو تخفي بين الجماعات ذات الخصائص المتباينة.

ويشير أيضا إلى الاتساق بين الاتجاهات والسلوك الذي يمكن أن يقوم بتأثير التلفزيون أكثر من وسائل أو عوامل مؤثرة أخرى.

مفهوم الصدى أو الرنين:

يقصد بالصدى أو الرنين تلك التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلا لدى المشاهدين. وبذلك فإن المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات بكثافة أعلى. وركز جيرنر في هذا المجال على زيادة إدراك العنف في الأعمال التلفزيونية ووصف العالم الخارجي به لدى المشاهدين الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية ويتعرضون للتلفزيون بكثافة أعلى.

وهذه النتيجة أكدتها أيضا الدراسات النفسية حيث انتهت إلى أن التلفزيون يؤثر في مجال العدوانية على من لهم الميل المبكر للعدوانية و لكن بطرق مختلفة.

خامساً: تأثيرات مشاهدة التلفزيون في المجالات المختلفة:

جاءت نظرية الغرس لتؤكد أن التلفاز يصنع لمشاهديه على المدى الطويل واقعاً خاصاً مختلفاً عن الواقع الحقيقي وأن المشاهدين يحكم للتصايقهم ببرامجه يصدقون هذا الواقع ويتعاملون معه باعتباره حقيقة.

وأثبتت الدراسات أن التلفزيون له تأثيرات على مجالات عدة من هذه المجالات:

1. تأثيره على الوقت:

فقد عمل الكثير من أفراد المجتمع وعائلته على إعادة نظام حياتهم اليومية بناء على برامج التلفاز وتكاد تكون هذه ظاهرة في كثير من البلدان والمجتمعات فقد جاء في بعض الدراسات أن 60% من العائلات الأمريكية اعترفت بأنها غيرت مواعيد النوم بسبب برامج التلفاز كما أن 55% من العائلات غيرت مواعيد تناول الطعام.

2. تأثيرات على النشاطات التربوية:

التلفاز جنب الأطفال للجلوس في منازلهم وبالتالي عدم ممارستهم للعب خارج المنزل أو ممارسة القراءة أو الهوايات المعتادة لديهم بل ساعدت على انصراف الأطفال عن أصدقائهم بنسبة 52% مما يدل على أثر التلفاز على جانب مهم وهو الجانب التربوي عن طريق الممارسة وتبادل الخبرات والمعلومات ومعاني الأخذ والعطاء

3. التأثير على التحصيل العلمي:

تعتبر فترة الطفولة ومرحلة الشباب من أهم مراحل التحصيل العلمي حيث تمثل هذه المرحلة طلاب المدارس ومعاهد التعليم، وهذه الفئات أيضاً تقبل على مشاهدة التلفاز بصورة واضحة وقد تكون هذه المشاهدة في أوقات على حساب أوقات المذاكرة واسترجاع الدروس والواجبات المدرسية وما لم يتوفر رعاية منزلية وإرشاد تربوي فإن هذه المشاهدة ولا شك ستكون على حساب ما ينبغي على الطالب من تحصيل علمي، ولعله من المفيد الإشارة إلى أن مثل هذا النوع من التأثير قد يكون إيجابياً فيدفع الطالب إلى الحرص لإنهاء واجباته المدرسية قبل بداية البث أو البرامج التي يفضلها،

كما قد يكون كان سلبياً كان يحدث للطالب ارتباكاً في تنظيم وقته فلا يستطيع أن يحقق التفوق بين مذكرته ورغبة في المشاهدة.

سادساً: ماذا تفترض النظرية؟

وتفترض النظرية أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية (كثيفو المشاهدة) يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج أو لا يشاهدون (قليلو المشاهدة)، ويرى واضعو النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث آثاراً قوية على إدراك الناس للعالم الخارجي، خاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة ومنظمة وخلصت النظرية إلى أن الذين يشاهدون التلفزيون بكثافة Heavy Viewers فإنهم يعتقدون أن ما يشاهدونه من خلال التلفزيون من واقع وأحداث وشخصيات فإنها تكون مطابقة لما يحدث في الحقيقة وفي الحياة.

نظرية الغرس الثقافي تنبئ بأن الأفراد كثيفي المشاهدة بانتظام يميلون إلى رؤية العالم كما يصوره التلفزيون مقارنة بغيرهم ممن هم قليلي المشاهدة، فالعرض المتكرر يشكل الآراء ويبنى المواقف. كذلك المشاهدة المتكررة تخلق ثقافة موحدة للحقيقة والاعتقادات التي توجد عليها الأشياء في العالم.

سابعاً: تطبيق نظرية الغرس الثقافي على قضية المعاقين ((ذوو الاحتياجات الخاصة)):

وإذا أردنا أن نسقط هذه النظرية على الإعاقة والأشخاص المعاقين، فإن الصور الذهنية والواقع الاجتماعي التي تقدمه وسائل الإعلام (و خصوصاً التلفزيون) عن المعاقين، تجعل الجمهور سوف يؤمن بأن هذا هو الواقع الفعلي للمعاقين. فمثلاً، إذا كانت صورة المعاقين التي تعرضها للدراما العربية والخليجية هي صورة سلبية ومشوهة بحيث يبدو المعاق كأنه عالة على غيره ولا يستطيع أن يفعل شيئاً وهو شخص منعزل عن الحياة، فإن مشاهدي التلفزيون عندما يشاهدون

شخصاً معاقاً أمامهم في الحياة العامة فإنهم سوف يستحضرون تلك الصور الذهنية السلبية التي شاهدها في التلفزيون ويبدعون يتعاملون مع هذا الشخص المعاق على هذا الأساس. و من هنا تبدو مسألة توظيف الصور الإيجابية للأشخاص المعاقين مهمة لأنها تساهم في غرس صورة إيجابية لدى جمهور وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون، وبالتالي يبدأ الجمهور بغير من نظرتة السلبية للمعاق.

ثامناً: بعض الدراسات والبحوث والنتائج التي تؤيد وتؤكد هذه النظرية وعلى تأثير التلفزيون في ذهن المتلقي:

• (1978) طلب الباحث Mandler في هذا الإطار لحوالي 2000 شخص

إعطاء رأيهم في التلفزيون فلخص إجابتهم في خمسة عشر جملة نذكر الأهم منها على الشكل التالي:

1. أحس أنني متوجهاً مغناطيسياً عندما أشاهد التلفزيون.
2. أحس أنه يقوم بعملية غسل لمخي.
3. التلفزيون ينقلني إلى الفضاء الخارجي.
4. يعتبر التلفزيون إيمان وأنا مدمن عليه.
5. التلفزيون يهدم عقلي.
6. التلفزيون يستعمر عقلي.
7. كيف أخلص أولادي من التلفزيون وأعيدهم إلى الحياة.

• دراسة الباحث البيروفي "جوركي تابيا" الذي درس النموذج الذي تقوم البرامج الترفيهية الأمريكية بغرسه في عقول الناس وتوصل للنتائج التالية:

- أن هذه البرامج تكون لدى المتلقي هذه المفاهيم:
- البيئة: مجتمع استهلاكي ترفي خال من التناقضات.
- القيم الأساسية: الفردية والأناية والمنافسة العنيفة.

- معنى النجاح: التفوق المادي على الآخرين، والتلذذ بمباهج الحياة.
- المجتمع يميل عموماً إلى مكافأة أولئك الناجحين، ومعاقبة الخاسرين.
- يجب على الخاسرين الرضى بقدرهم، والتسليم بدلاً من التمرد أو محاولة التغيير.

• 1990 قضى جابنر وآخرون أكثر من 25 سنة في تحليل برامج المسبب الصباحية فتوصلوا إلى أن العنف يمؤد ثمانية من أصل عشرة برامج وأن أفلام الرسوم المتحركة يكثر فيها العنف، وهناك دلائل جديدة أثبتت أن البنث أو الولد ذو الحادية عشر من العمر شهدوا أكثر من 100 ألف عمل عنف في التلفزيون.

• (1992) الباحثة Huston وآخرون من جامعة بنسلفانيا أجرو تجربة على مجموعتين من الأطفال في مدارس الحضانة (100) طفل مجموعة شاهدت أفلام الصور المتحركة فيها عنف والمجموعة الأخرى شاهدت أفلام الصور المتحركة خالية من العنف، ولاحظوا أن هناك فرق حقيقي بين المجموعتين، فالأطفال الذين شاهدوا أفلام الصور المتحركة العنيفة سلوكهم عنيف (مثل الشجار مع زملائهم وعدم احترام قانون القسم وإهمال عملهم إلى غير ذلك) مقارنة بالآخرين الذين شاهدوا أفلام الصور المتحركة بدون عنف.

• (1993) أثبت الباحث Gerbner وآخرون في دراسة قاموا بها على الأطفال الذين يشاهدون مناظر تحمل حوالي 20 عملاً عنيفاً في كل ساعة والذين يشاهدون كثيراً التلفزيون هم أكثر الذين يعتقدون أن هذا العالم مكاناً خطيراً.

وقع جدل كبير في الولايات المتحدة الأمريكية حول مخاطر التلفزيون، ومن أجل القضاء على هذا المشكل الذي أصبح يهدد المجتمع الأمريكي وخاصة الجرائم التي تقع يومياً نتيجة الدروس إن صح القول التي تقدم من

طرف التلفزيون والتلفن في تقديم العنف على هذه الشاشة الصغيرة، وكما كان معروف في السابق فإن العنف في الأفلام يقتصر على الرجال فقط، أما الآن فقد انتقلت هذه العنوى إلى النساء وأصبحن بطلات في أفلام العنف، لذا فرضت الحكومة الأمريكية على صانعي أجهزة التلفزيون على وضع رقائق إلكترونية داخل الجهاز وأطلقوا على هذه الرقائق (V. Chip) وحرف V يرمز للعنف (Violence)، دور هذه الرقائق هو باستطاعة أحد الوالدين أو ولي أمر الطفل بقطع الفيلم إذا كانت فيه مشاهد عنيفة.

- توصلت بعض الدراسات إلى أن 18.6% من طلاب المرحلة الثانوية في الكويت يقضون مدة في مشاهدة برامج التلفاز تعطلهم عن التحصيل العلمي بل وأداء واجباتهم المدرسية.
- في كثير من المجتمعات العربية أصبح موعد بث المسلسل التلفازي من الأوقات التي تجمع أفراد العائلة بل تجمع معهم من يكون في ضيافتهم، بل أنصرف كثير من الشباب نحو البرامج التلفازية على حساب مواعيد المذاكرة والتحصيل خصوصاً في المناسبات القومية والرياضية والأحداث العالمية والمحلية حيث يستمر البث الإذاعي والتلفازي إلى ساعات منتصف الليل.
- وفي الاستطلاع الذي شمل نحو 450 من تلاميذ المدارس في نيو جيرسي، 73% من كثيفو المشاهدة مقابل 62% من قليلو المشاهدة أظهر الاستطلاع أن الأطفال الذين كانوا كثيفي المشاهدة يخشون من المشي وحدهم في المدينة ليلاً. وأجريت بعض التجارب للتحكم في المواد المعروضة من أكشن ومغامرات وجد أنه بعد 6 أسابيع من التحكم في المواد المعروضة من كثفت لهم المشاهدة أصبحوا أكثر خوفاً من الحياة اليومية بينما قليلو المشاهدة لم ترتفع نسبة خوفهم كثيراً.

نستنتج من خلال هذه الأبحاث أن التلفزيون رغم أنه منبع للترفيه عن الناس وللتعرف على تقاليد وعادات الشعوب الأخرى إلى جانب الأحداث التي تجري هنا وهناك إلى أنه يعتبر قنبلة موقوتة مادام ينتج مجتمعا عنيفا أو على الأقل بعض الفئات التي تتأثر بما يجري في التلفزيون من العنف ثم بعد ذلك ينقلونه من التلفزيون إلى الشارع عن طريق الاعتداء الجسدي والجنسي والاعتداء اللفظي كذلك والسرقه والتهديد وفي بعض الأحيان يصل هذا الاعتداء إلى حد القتل، وب دون أدنى شك أن للدراسات التي أجريت حتى الآن أثبتت أن التلفزيون يلعب دورا سلبيا في كثير من الأحيان ويؤثر تأثيرا كبيرا في عقول الأطفال مما يجعلهم يلجأون في كثير من الأحيان إلى العنف على زملائهم في المدارس أو حتى في الشارع وفي بعض الأحيان استعملوا العنف حتى على أساتذتهم وأوليائهم.

تاسعاً: آراء تخالف نظرية الغرس الثقافي:

هناك رأي مخالف لهذه الآراء وهو رأي التلفزيون الوطني لدراسة العنف The Nationle Television Violence Study (1995 /1994) هذه القناه الخاصة بالتحقيقات الصناعية (a cable industry investigation) وجدت بأن ليست هناك علاقة بين التلفزيون والعنف.

وفي كتاب لعبة القوة (Power Game) كتب (2001) Jones يقول (الأطفال في حاجة إلى حكايات العنف والصراعات من أجل أن يكتشفوا الإحساس بالخوف الذي تعلموه حتى يرفضوه، ومن ثمة يمجون هذا الإحساس في ذاتهم بأكثر مرونة).

تلخيص للنظرية:

1. أن وسائل الاعلام قادرة على التأثير في معرفة الأفراد و إدراكهم لما يحيط بهم بدرجة كبيرة.

2. ان زيادة التعرض لوسائل الاعلام تؤدي إلى اكتساب المتلقي أو المشاهد مجموعة من المعاني و المعتقدات والأفكار و الصور الرمزية والتي تشكل لهم واقع رمزي يختلف عن الواقع الفعلي في البيئة الإجتماعية.
3. وكل الذي سبق يعني أن وسائل الإعلام تستطيع أن تغرس في أذهان المشاهدين ووعيم أفكار معينة بحيث يحل واقع التلفزيون محل الواقع الفعلي او الطبيعي.

نظرية مارشال ماكلوهان:

تعد النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام، من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، ومبتكر هذه النظرية (مارشال ماكلوهان) كان يعمل أستاذاً للغة الإنجليزية بجامعة تورنتو بكندا، ويعتبر من أشهر المتقنين في النصف الثاني من القرن العشرين.

وبشكل عام، يمكن القول أن هناك أسلوبان أو طريقتان للنظر إلى وسائل الإعلام من حيث:

1. أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.
2. أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

إذا نظرنا إليها على أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، فنحن نهتم أكثر بمضمونها وطريقة استخدامها، والهدف من ذلك الاستخدام. وإذا نظرنا إليها كجزء من العملية التكنولوجية التي بدأت تغير وجه المجتمع كله، شأنها في ذلك شأن التطورات الفنية الأخرى، فنحن حينئذ نهتم بتأثيرها، بصرف النظر عن مضمونها.

يقول مارشال ماكلوهان أن (مضمون) وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية نفسها. فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات، والجمهور الذي توجه له رسالتها، يؤثران على ما نقوله

تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، فحينما ينظر ماكلوهان إلى التاريخ يأخذ موقفا نستطيع أن نسميه (بالحتمية التكنولوجية) Technological Determinism فبينما كان كارل ماركس يؤمن بالحتمية الاقتصادية، وبأن التنظيم الاقتصادي للمجتمع يشكل جانبا أساسياً من جوانب حياته، وبينما كان فرويد يؤمن بأن الجنس يلعب دوراً أساسياً في حياة الفرد والمجتمع، يؤمن ماكلوهان بأن الاختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر تأثيراً أساسياً على المجتمعات.

ولهذا نجد ماكلوهان شديد الإعجاب بعمل المؤرخين أمثال الدكتور وايت White Jr صاحب كتاب (التكنولوجيا الوسيطة والتغير الاجتماعي)، الذي ظهر سنة 1962 وفيه يذكر المؤلف أن الاختراعات الثلاثة التي خلقت العصور الوسيطة هي الحلقة التي يضع فيها راكب الحصان قدمه Stirrup وحنجرة الحصان Horseshoe، والسرج Horse Collar.. فبواسطة الحلقة التي يضع فيها راكب الحصان قدمه استطاع الجندي أن يلبس درعاً يركب به الحصان الحربي؛ وبواسطة الحنجرة والأربطة التي تربط الحصان بالعربة Harness توافرت وسيلة أكثر فاعلية لحرق الأرض، مما جعل النظام الإقطاعي الزراعي يظهر، وهذا النظام هو الذي دفع التكاليف التي تطلبها درع الجندي.

وقد تابع ماكلوهان هذه الفكرة بشكل أكثر تعمقاً ليعرف أهميتها التكنولوجية، مما جعله يطور فكرة محددة عن الصلة بين وجود الاتصال الحديث في المجتمع والتغيرات الاجتماعية التي تحدث في ذلك المجتمع، ويقول ماكلوهان أن التمسك الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، ولكن أيضاً في الحساسيات الإنسانية. والنظام الاجتماعي في رأيه يحدده المضمون الذي تحمله هذه الوسائل. وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لا نستطيع أن نفهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات. فاختراع اللغة المنطوقة هو الذي ميز بين الإنسان والحيوان، ومكن

البشر من إقامة المجتمعات والنظم الاجتماعية وجعل التطور الاجتماعي ممكناً، وبدون اختراع الكتابة ما كان التحضر ممكناً، بالرغم من أن اختراع الكتابة ليس الشرط المسبق الوحيد للحضارة، فالإنسان يجب أن يأكل قبل أن يستطيع الكتابة إلا أنه بفضل الكتابة، تم خلق شكل جديد للحياة الاجتماعية وأصبح الإنسان على وعي بالوقت، وأصبح التنظيم الاجتماعي يمتد إلى الخلف، (أي إلى الماضي)، وإلى الأمام، (أي إلى المستقبل)، بطريقة لا يمكن أن توجد في مجتمع شفهي صرف.

فالحروف الهجائية هي تكنولوجيا يستوعبها الطفل الصغير بشكل لا شعوري تماماً، (بالاستيعاب التدريجي)، والكلمات ومعانيها تُعد الطفل لكي يفكر ويعمل بطرق معينة بشكل آلي، فالحروف الهجائية وتكنولوجيا المطبوع طورت وشجعت عملية التجزئة وعملية التخصص والابتعاد بين البشر، بينما علمت تكنولوجيا الكهرباء على تقوية وتشجيع الاشتراك والتوحيد .

ويقول ماكلوهان أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع، وكيف يعالج مشاكله، وأي وسيلة جديدة أو امتداد للإنسان، تشكل ظروفاً جديدة محيطة تسيطر على ما يفعله الأفراد الذين يعيشون في ظل الظروف، وتؤثر على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقاً لها أي أن (الوسيلة امتداد للإنسان، فالملابس والمساكن امتداد لجهازنا العصبي المركزي، وكاميرا للتلفزيون تمد أعيننا والميكروفون يمد آذاننا، والآلات الحاسبة توفر بعض أوجه النشاط التي كانت في الماضي تحدث في عقل الإنسان فقط، فهي مساوية لامتداد الوعي). وسائل الإعلام الجديدة - كامتداد لحواسنا - كما توفر زمناً وإمكانات تشكل أيضاً تهديداً في الوقت نفسه، لأنه في الوقت الذي تمتد فيه يد الإنسان، وما يمكن أن يصل إليه بحواسه في وجوده، تستطيع تلك الوسائل أيضاً أن تجعل يد المجتمع تصل إليه لكي تستغله وتسيطر عليه، ولكي تمنع احتمال التهديد يؤكد ماكلوهان أهمية إحاطة الناس بأكبر قدر ممكن من المعلومات عن وسائل الإعلام

لأنه ((بمعرفة كيف تشكل التكنولوجيا البيئة المحيطة بنا، نستطيع أن نسيطر عليها ونتغلب تماما على نفوذها أو قدرتها الحتمية)).

وفي الواقع، بدلا من الحديث عن الحتمية التكنولوجية، قد يكون من الأنق أن نقول أن المتلقي يجب أن يشعر بأنه مخلوق له كيان مستقل، قادر على التغلب على هذه الحتمية التي تنشأ نتيجة لتجاهل الناس لما يحدث حولهم، وأنه لا يجب اعتبار التغير التكنولوجي حتمياً أو لا مفر منه، ذلك لأننا إذا فهمنا عناصر التغير يمكننا أن نسيطر عليه ونستخدمه في أي وقت نريده بدلاً من الوقوف في وجهه.

ويعرض ماكلوهان أربع مراحل تعكس في رأيه تطور التاريخ الإنساني:

1. المرحلة الشفوية كلية، مرحلة ما قبل التعلم، أي المرحلة القبلية .
Totally Oral , Preliterate, Tribalism
2. مرحلة كتابة النسخ Codification by Script التي ظهرت بعد هومر في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام.
3. عصر الطباعة: من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريبا.
4. عصر وسائل الإعلام الإلكترونية: من سنة 1900 تقريبا، حتى الوقت الحالي.

وطبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على هذا التشكيل. هذا الأسلوب في دراسة التطور الإنساني، ليس أسلوباً جديداً أو مبتكراً تماماً. فيشير ماكلوهان إلى أنه مدين لمؤلفات عديدة برأيه هذا، ومن بين المؤلفات التي ساعدت ماكلوهان على تطوير نظريته المبكرة :

E.H. Gombrich , Art and Illusion (1960)

H.A. Annis , The Bias of Communication (1951)

Siegfried Giedion , Mechanization Takes Command (1948)

H.J. Chaytor , From Script to Print (1945) ; and Lewis Mumford.
Techniques and Civilization (1934)

وياختصار يدعي ماكلوهان أن التغير الأساسي في التطور الحضاري منذ أن تعلم الإنسان أن يتصل، كان من الاتصال (الشفهي) إلى الاتصال (السطري) ثم إلى الاتصال (الشفهي) مرة أخرى. ولكن بينما استغرق التغير من الشفهي إلى السطري قروناً، تم الرجوع أو التحول مرة أخرى إلى الشفهي في حياة الفرد الواحد.

الاتصال الشفهي:

وفقاً لما يقول ماكلوهان، فإن الناس يتكيفون مع الظروف المحيطة عن طريق توازن الحواس الخمس (السمع والبصر واللمس والشم والتذوق) مع بعضها البعض، وكل اختراع تكنولوجي جديد يعمل على تغيير التوازن بين الحواس، فقبل اختراع جوتنبرج للحروف المتحركة في القرن الخامس عشر كان التوازن القلبي القديم يسيطر على حواس الناس، حيث كانت حاسة السمع هي المسيطرة .

فالإنسان في عصر ما قبل التعلم كان يعيش في عالم به أشياء كثيرة في الوقت نفسه، في عالم الأذن حيث يفرض الواقع نفسه على الفرد من جميع النواحي، ولم يكن لهذا للزمن حدود ولا اتجاه ولا أفق، وعاش الإنسان في ظلام عقله في عالم العاطفة معتمداً على الإلهام البدائي أو الخوف، وكان الزمن والمسافة يتم إدراكهما سمعياً، وكان الشعر الذي يغنى من أكبر أدوات التحضر، وكان الاتصال الشفهي هو الرابطة مع الماضي، وكانت المعاني ذات المستويات المتعددة هي الطابع العام، وهي معاني كانت قريبة جداً من الواقع، فالكلمات لا تشير إلى أشياء، بل هي أشياء، وكلمة الإنسان ملزمة، وذاكرة الإنسان قوية جداً (بالمستويات الحديثة) والصور الذهنية التي تصاحب أفكاره سمعية، فهو يستخدم كل حواسه، ولكن في حدود الصوت، ونظراً لأن الناس في ظل هذا النظام كانوا يحصلون على معلوماتهم أساساً عن طريق الاستماع إليها من أناس آخرين، فقد اقترب الناس من بعضهم البعض، في شكل قبلي، وقد فرض عليهم أسلوب حصولهم على المعلومات أن يؤمنوا بما يقوله الآخرون لهم بشكل عام، لأن تلك هي المعلومات الوحيدة المتوفرة لهم، ((فالاستماع كان يعني الإيمان)).

وقد أثر أسلوب الاتصال على الناس وجعلهم عاطفيين أكثر، وذلك لأن الكلمة المنطوقة عاطفية أكثر من الكلمة المكتوبة، فهي تحمل عاطفة بالإضافة إلى المعنى، وكانت طريقة تنعيم الكلمات تنقل الغضب أو الموافقة أو الرعب أو السرور أو التهكم، الخ. وكان رد فعل الرجل القبلي - الذي يعتمد على حاسة الاستماع - على المعلومات يتسم بقدر أكبر من العاطفة، فكان من السهل مضايقته بالإشاعات، كما أن عواطفه كانت تكمن دائماً قريبة من السطح، لكن ريشة الكتابة وضعت نهاية للكلام وساعدت في تطوير الهندسة وبناء المدن، وجعلت الطرق البرية والجيش والبيروقراطية من الأمور الممكنة، وكانت الكتابة هي الأداة أو الوسيلة الأساسية التي جعلت دورة الحضارة تبدأ، فكانت خطوة إلى الأمام من الظلام إلى نور العقل. فاليد التي قامت بملء صفحات جلد الماعز بالكتابة هي نفسها التي قامت ببناء المدن. وتعلم الإنسان رسم ما يقوله (الحديث) ولغة العيون كما تعلم كيف يلون الفكر ويجعل له بناء أو كيان. فالحروف الهجائية جعلت عالم الأذن السحري يستسلم لعالم العين المحاد.

الاتصال السطري (المطبوع):

باختصار، يمكننا أن نقول أن مجتمعات ما قبل التعلم كانت تحتفظ بالمضمون الثقافي في ذاكرة أجيال متعاقبة، ولكن تغير أسلوب تخزين المعرفة حينما أصبحت المعلومات تختزن عن طريق الحروف الهجائية، وبهذا حلت العين محل الأذن كوسيلة الحس الأساسية، التي يكتسب بفضلها الفرد معلوماته، وسهل الكلام البشري الذي (تجمد زمنياً) الآن بفضل الحروف الهجائية، إقامة إدارات بيروقراطية قوية، واتجاهات قبلية.

ولمدة تزيد عن ثلاثة آلاف سنة تشكل التاريخ الغربي بظهور الحروف الهجائية الصوتية، وهي وسيلة تعتمد على العين فقط لفهمها، والحروف الهجائية تقوم على بناء الأجزاء أو القطع المجزأة، ليس لها في حد ذاتها معنى دلالي، ولتي يجب أن توضع مع بعضها في أسطر، وفي ترتيب معين ليصبح لها معنى، وقد

روجت وشجعت استخدام تلك الحروف عادة إدراك كل الظروف المحيطة على أساس المساحة والزمن، على أساس توحيد مستمر (م.س.ت.م.ر) ومرتبطة (م.ر.ت.ب.ط). فالسطر مجال مستمر.

يقول ماكلوهان أن تطور الصحافة المطبوعة في القرن الخامس عشر بفضل اختراع جوتنبرج للحروف المتحركة، كان أكثر الابتكارات التكنولوجية تأثيراً على الإنسان، فالمطبوع جعل الإنسان يتخلص من القبيلة، فمن خلال الحروف الهجائية تمكن من ضغط الواقع وتقديمه من خلال مرشح الحروف الهجائية، وأصبح الواقع يأتي إلينا قطرة قطرة في الوقت الواحد، فالواقع يأتي مجزئاً، ويأتي بتسلسل فهو مجزأ على طول خط مستقيم، وهو تحليلي، وهو مختصر ويقتصر على حاسة واحدة، وعلى وجهة نظر موحدة، ويمكن تكرارها.

كما يقول ماكلوهان: العين لا تستطيع أن تختار ما تراه، ولا تستطيع أن ترجو الآن أن تتوقف عن الاستماع، فأجسامنا أينما وجدت تشعر، سواء بإرانتنا أو الرغم منا، وكأن على الفرد لكي يشرح رد فعله البسيط على طلوع الفجر مثلاً، الذي قد يستغرق خمس ثوان، أن يضعه في كلمات وفي جملة بعد جملة، لكي يستطيع أن يقول لشخص آخر ما الذي يعنيه طلوع الفجر بالنسبة له، وقد أكمل اختراع جوتنبرج ثورة الحروف الهجائية، فأسرعت الكتب بعملية فك الشيفرة التي نسميها قراءة، وتعددت النسخ المتطابقة، وساعد المطبوع على نشر الفريدة لأنه شجع - كوسيلة أو أداة شخصية للتعليم - المبادرة والاعتماد على الذات، ولكن عزل المطبوع البشر فأصبحوا يدرسون وحدهم، ويكتبون وحدهم، وأصبحت لهم وجهات نظر شخصية، عبّروا بها عن أنفسهم للجمهور الجديد الذي خلقه المطبوع، وأصبح التعليم الموحد ممكناً.

وبفضل الصحافة المطبوعة حدث تغير جذري، فبدأ الأفراد يعتمدون في الحصول على معلوماتهم أساساً على الرؤية، أي على الكلمة المطبوعة، لذلك

أصبحت حاسة الأبصار هي الحاسة المسيطرة، بدلا من الاعتماد على الاستماع، أي على الكلمة المنطوقة. وحول المطبوع الأصوات إلى رموز مجردة، إلى حروف، وأصبح المطبوع يعتبر تقدماً منتظماً للتجريد، وللرموز البصرية، ومساعد المطبوع على تطوير عادة عمل فئات، أي وضع كل شيء بنظام في فئات (المهن) و(الأسعار) و(المكاتب) و(التخصصات)). وأدى المطبوع في النهاية إلى خلق الاقتصاد الحديث، والبيروقراطية، والجيش الحديث والقومية نفسها.

ويقول ماكلوهان في كتابه (عالم جوتنبرج The Gutenberg Galaxy) الذي صدر في سنة 1962 أن اختراع الطباعة بالحروف المتحركة ساعد على تشكيل ثقافة أوروبا الغربية، في الفترة ما بين سنة 1500 وسنة 1900م، فقد شجع الإنتاج الجماهيري للمواد المطبوعة على انتشار القومية، لأنه سمح بانتشار المعلومات بشكل أكبر وأسرع عما تسمح به الوسائل المكتوبة باليد، كذلك أثرت الأشكال السطرية Linear Forms للمطبوع على الموسيقى وجعلتها تتخلى عن التكوين القائم على التكرار، وقد ساعد المطبوع أيضاً على إعادة تشكيل حساسية الرجل الغربي، بينما اعتبر للرجل الغربي الخبرة كقطاعات فردية، ومجموعة من المكونات المنفصلة، كان الإنسان في عصر النهضة ينظر إلى الحياة - كما ينظر إلى المطبوع - كشيء مستمر .

كذلك جعل المطبوع انتشار البروتستانتية ممكناً، لأن الكتاب المطبوع يتمكنه الناس من التفكير وحدهم، شجع الكشف الفردي .

وفي النهاية، يقول ماكلوهان أن ((جميع الأشكال الميكانيكية برزت من الحروف المتحركة، فالحروف نموذج لكل الآلات))، هذه الثورة التي حدثت بفضل المطبوع فصلت (القلب عن العقل) و (العلم عن الفنون) مما أدى إلى سيطرة التكنولوجيا والمنطق السطري.

العودة إلى الاتصال الشفهي:

يسمى ماكلوهان المرحلة التي نعشيتها حالياً عصر (الدوائر الإلكترونية)، كما تتمثل بشكل خاص في التليفزيون والكمبيوتر، فالإلكترونيات، بتوسيعها وتقليدها لعمل العقل البشري، وضعت نهاية لأسلوب تجريد الواقع، وأعادت القبلية للفرد مرة أخرى، مما أحدث نتائج ثقافية واسعة النطاق .

يقول ماكلوهان أن الأنماط الكهربائية للاتصال، مثل التلفزيون والراديو والتليفزيون والسينما والتلفون والعقول الإلكترونية، تشكل هي الأخرى الحضارة في القرن العشرين وما بعده، وبينما شاهد إنسان عصر النهضة الطباعة، وهي شيء واحد، في الوقت الواحد، في تسلسل متوال، مثل سطر من الحروف، فإن الإنسان الحديث يجرب قوى كثيرة للاتصال، في نفس الوقت، وأصبحت عادة قراءة الكتاب، تختلف عن الطريقة التي ننظر بها إلى الجريدة، ففي حالة الجريدة لا نبدأ بقصة واحدة نقرأها كلها ثم نبدأ قصة أخرى، ولكن تنتقل أعيننا في الصفحات لتستوعب مجموعة غير مستمرة من العناوين والعناوين الفرعية، والفقرات التي تقدم الموضوعات، والصور، الإعلانات. ويقول ماكلوهان " أن الناس لا يقرأون الجريدة فعلاً، بل يدخلونها كل صباح مثلاً يأخذون حماماً ساخناً، والمساهمة أو الاشتراك كلمة أساسية في هذه الحالة، لأنه يجعل الجريدة من المطبوعات التي تستخدم كوسيلة (شفهية) وليست سطرية، فالصفحة الأولى في الجريدة تعرضك في نفس الوقت للأخبار عن كل الموضوعات في كل أنحاء العالم، والقصص في الجريدة الحديثة مطبوعة، ولكن قد تم استثناءها بواسطة التلفزيون، والقارئ، كما يقول ماكلوهان، لا يعرف سوى القليل جداً عن الجريدة بذكاء أو بحاسة نقدية، فهذا ليس الهدف من وجودها، فالجريدة موجودة للإحساس بالاشتراك، بالمساهمة في شيء، يستخدمها الفرد بشكل كلي يقفز فيها كأنها حمام سباحة، ويقول ماكلوهان أنه حينما يزيد اشتراك الفرد في شيء. يقل فهمه له، ولكنه يعني ((الفهم)) وفقاً لوجهة النظر السطرية القديمة، أن يكون الإنسان مبتعداً أو منطقياً .

وفقاً لماكلوهان فإن العالم الذي كنا نعيش فيه قبل عصر الكهرباء كان عالماً مجرداً ومتخصصاً ومجزأ جداً، فبينما عملت الحروف الهجائية وتكنولوجيا المطبوع على تشجيع وتطوير عملية التجزئة والتخصص والابتعاد، نجد أن تكنولوجيا الكهرباء تقوي وتشجع التوحيد والاشتراك، حتى فكرة الوظائف، هي نتيجة لتكنولوجيا المطبوع، وتحيزاته، فلم تكن هناك (وظائف) في العصور القديمة والعصور الوسطى، بل كانت هناك فقط أدوار. الوظائف جاءت مع المطبوع والتنظيم البشري المتخصص جداً، فهي نمط حديث إلى حد ما للعمل، ظهر في القرن الخامس عشر، واستمر حتى اليوم، ويرجع السبب في وجود الوظائف إلى أنه كان هناك تقدم مطرد لتجزئة مراحل العمل التي تقوم على (الميكنة) و(التخصص).

وسائل الإعلام الإلكترونية بدأت تغييراً كبيراً في توزيع الإدراك الحسي، أو كما يسميها ماكلوهان (نسب استخدام الحواس) Sensory Ratios للوحة أو المكتبة نشاهدها من خلال حاسة واحدة وهي الرؤية. أما السينما والتلفزيون فتجذبنا ليس بواسطة المشاهدة، لكن أيضاً بالاستماع. وتعديل وسائل الإعلام الظروف المحيطة بنا لأنها تجعل نسب استخدام حواسنا تتغير في عملية الإدراك، امتداد أي حاسة يعدل الطريقة التي نفكر ونعمل بمقتضاها، كما يعدل امتداد تلك الحواس الطريقة التي ندرك بها العالم. حينما تتغير تلك النسب يتغير الإنسان، ووسائل الإعلام الجديدة تحيط بنا وتتطلب منا مساهمة، ويرى ماكلوهان أن استخدام الحواس بهذا الوجود الجديد الذي يعتمد على استغلال الفرد لحواس كثيرة يرجع بنا إلى تأكيد الرجل البدائي على اللمس التي يعتبرها أداة الحس الأولى (لأنها تتكون من تلامس الحواس).

ومن الناحية السياسية، يرى ماكلوهان أن وسائل الإعلام الجديدة تحول العالم إلى (قرية عالمية Global Village) تتصل في إطارها جميع أنحاء العالم ببعضها مباشرة، كذلك تقوّي تلك الوسائل الجديدة العودة (للقبلية) في الحياة الإنسانية، فعمالنا أصبح عالماً من نوع جديد، توقف فيه الزمن واختفت فيه (المساحة) لهذا

بدأنا مرة أخرى في بناء شعور بدائي ومشاعر قبلية، كانت قد فصلتنا عنها قرون قليلة من التعليم. علينا الآن أن ننقل تأكيد انتباهنا من الفعل إلى رد الفعل، ويجب أن نعرف الآن مسبقاً نتائج أي سياسة أو أي عمل، حيث أن النتائج تحدث أو يتم تجربتها بدون تأخير، وبسبب سرعة الكهرباء لم نعد نستطيع أن ننتظر ونرى، ولم نعد الوسائل البصرية المجردة في عالم الاتصال الكهربائي السريع صالحة لفهم العالم، فهي بطيئة جداً مما يقتل من فاعليتها، ول سوء الحظ نواجه هذا الظرف الجديد بعقلية قديمة، فالمعروف أن الكهرباء تجعل الأفراد يشتركون في المعلومات بسرعة كبيرة جداً، فقد أجبرنا عالمنا من خلال الوسائل للكهربائية على أن نبتعد عن عادة تصنيف المعلومات، وجعلنا نعتمد أكثر على أدراك النمط أو الشكل الكلي .

لم يعد في الإمكان أن نبني شيئاً في تسلسل، لأن الاتصال الفوري يجعل كل العوامل الموجودة في الظروف المحيطة تتفاعل، كما يجعل التجربة تتواجد في حالة تفاعل نشط.

وبينما عمل المطبوع على (تقجير) أو تحطيم أو تقسيم المجتمع إلى فئات، تعمل وسائل الإعلام الإلكترونية على إرجاع الناس مرة أخرى للوحدة القبلية، وتجعلهم يقتربون مرة أخرى من بعضهم البعض، فقد عادت حاسة الاستماع مرة أخرى إلى السيطرة، وأصبح الناس يحصلون على معلوماتهم أساساً بالاستماع إليها .

وهناك اختلاف كبير بالطبع، فالرجل الذي لا يستطيع أن يقرأ سيحصل على كل المعلومات عما حدث في الماضي، وما يحدث من الأمور التي لا يستطيع أن يراها، عن طريق السمع، سيجعل هذا عالمه أكثر انتشاراً وأكثر تنوعاً وتغيراً من الرجل المتعلم الذي يستخدم عيونه أكثر، في عملية القراءة، لأنه عن طريق الأذن لا يستطيع التركيز، ولكن يمكن للعين أن تركز في عملية القراءة، التي يمكن أن نعرفها بأنها استخدام العينين لتعلم الأشياء التي لا نستطيع أن نراها.

والاختلاف بين المجتمعات المتعلمة ومجتمعات ما قبل التعلم هائلة فالإنتاج على نطاق واسع لم يبدأ بالثورة الصناعية، ولكن بأول صفحة مطبوعة سحبها جوتنبرج من المطبعة، فقد أصبح في الإمكان للمرة الأولى، إنتاج المواد الإعلامية على نطاق واسع بحيث لا يستطيع الإنسان أن يفرق واحدة عن الأخرى وكان لكل الوحدات المنتجة، أي الطباعات، نفس القيمة، ن ذلك إنجازاً كبيراً بعد سنوات طويلة كان يتم فيها عمل شيء واحد، في الوقت الواحد، وكانت كل سلعة تختلف بعض الشيء عن السلعة الأخرى.

لكن الأهم من ذلك هو الظرف المحيط الذي فرضته وسيلة الأعلام المطبوعة: كلمة بعد أخرى، وجملة بعد أخرى، وفقرة بعد أخرى، وشيء واحد في الوقت الواحد، في خط منطقي متصل. وقد كان تأثير هذا التفكير السطري عميقاً، وأثر على كل جانب من جوانب المجتمع المتعلم.

من ناحية أخرى، فإن المجتمع الذي يعتمد على حاسة الاستماع Ear Oriented أكثر، لن يعمل أو يستجيب بهذا الأسلوب (شيء واحد في الوقت الواحد) ولكنه سيميل إلى استقبال خبرات كثيرة، في نفس الوقت، والتعبير عنها، وربما يفسر هذا مقدرة المراهقين على الاستماع إلى الراديو المرتفع الصوت والمذاكرة في نفس الوقت، وربما يفسر هذا السر في اختلاف المراهقين حالياً عن المراهقين قبل ذلك، فهذا الجيل هو الجيل الأول أو الثاني لعصر الإلكترونيات، ويختلف أفرادهم عن سبقوهم، لأن الوسيلة التي تسيطر على الظروف المحيطة بهم ليست المطبوع، أي الشيء الواحد في الوقت الواحد، وشيء بعد آخر، كمسا كان الوضع لمدة خمسمائة عام مضت، فبفضل التليفزيون الذي يقدم كل شيء مرة واحدة ويغطي كل شيء، أصبح الإنسان ينظر إلى الأمور بنظرة شمولية، أو كلية، ولهذا أصبح الطفل في المجتمع الحديث الذي يتدرب على معرفة الظروف المحيطة به منته من التليفزيون، يتعلم بنفس الطريقة التي تعلم بها أي فرد من أعضاء مجتمع ما قبل التعلم؛ أي من خيرة عينية وأذنية مباشرة، بدون حروف جوتنبرج

كوسيط، يتعلم أولئك الأطفال أن يقرءوا أيضاً، ولكن يأتي هذا في المرتبة الثانية، وليس المرتبة الأولى، كما كان الحال بالنسبة للذين سبقوهم، والدراسات التي أجريت على الأطفال الذين نشأوا في عصر التلفزيون، أي الأطفال من كل الطبقات الاجتماعية الذين اعتادوا الحصول على معلوماتهم أساساً بواسطة التلفزيون، تبين أن الجيل الجديد لا يركز على الصورة كلها، كما يفعل الفرد المتعلم الناضج حينما يشاهد فيلم رعاة البقر مثلاً، يملأون بعينهم بسرعة على الشاشة، ويركزون على جراب المسدس، رؤوس الجياد، القبعات، وكل التفاصيل الصغيرة الأخرى، وحتى في أشد معارك المسدسات يراقب الأطفال للتلفزيون بالطريقة التي يراقب بها الأفريقي القبلي غير المتعلم السينما.

ويعتبر الجيل الذي نشأ في عصر التلفزيون من رجال القبائل الجدد، فعندهم توازن حسي قبلي، وعندهم العادة القبلية للاستجابة العاطفية على الكلمة المنطوقة.

فهم (ساخنون) يريدون المساهمة، كما يريدون أن يلمسوا وأن يشتركوا أكثر، ومن ناحية أخرى يمكن للديماجوجية أن تؤثر عليهم بسهولة أكبر. الفرد الذي يستخدم أساساً حاسة الأبصار أو الذي يعتمد أساساً على المطبوع، هو إنسان فردي فهو (أبرد) ولديه ضمانات مبنية داخله، عنده شعور دائم بأنه بالرغم مما قد يقوله أي شخص، يستطيع أن يتأكد من الموضوع، فهو يحصل على المعلومات الضرورية بطريقة ما ويصنفها في فئات، ويستطيع أن يرجع إليها ويتيقن منها، وحتى إذا كان ما يعرض عليه شيء لا يستطيع أن يتيقن منه مثل شائعة تقول أن (الصين ستلقي بقنابل نرية على أمريكا) - إلا أن ذهنه قد اعتاد الإحساس بأن في مقهوره للتأكد والتيقن مما يسمعه. الفرد الذي يستخدم حاسة السمع أساساً، تكيفه ليس فردياً بهذا الشكل، ولكنه جزء من وعي جمعي Collective Consciousness فهو أكثر تصديقاً من المتعلم الذي يعتمد على حاسة الإبصار أساساً، أي إنسان الطباخة والقراءة. وقد يبدو هذا وكأنه خاصية سلبية، ولكن بالنسبة للفرد الذي يعتمد على حاسة السمع، أي الرجل القبلي، أي جيل التلفزيون

الجديد، فهو أكثر قدرة على أدراك النمط، وهو الأمر الذي يعتبر أساس العقل الإلكتروني. فالطفل يتعلم اللغة كلها بما في ذلك التنغيم والأوزان، علاوة على المعنى. أما الرجل المتعلم فإن الطريقة التي يحاول بها أن يحول الأصوات إلى مطبوع في عقله تؤخر تعلمه، فهو يأخذ الكلمات واحدة واحدة، ويضعها في فئات ويترجمها في تسلسل متعب، ويبذل في ذلك مجهوداً مضنياً.

وماكلوهان، مثل هارولد أنيس، يؤمن بأن التاريخ الحديث للمجتمعات الغربية ما هو إلا تاريخ (لاتصال متحيز)، واحتكار للمعرفة، يقوم على أساس المطبوع، ويعتبر المفكر أنيس أن الوسائل المطبوعة التي تقدم المضمون في شكل سطري مسئولة عن كثير من الاتجاهات غير المرغوبة التي ظهرت خلال الخمسة قرون السابقة. ويقصد ماكلوهان، حينما يصف الاتصال الذي وجد في الخمسة قرون السابقة بالتحيز، أنه اتصال سيطر عليه المطبوع، وتحكم فيه يقول هارولد أنيس أن نمو وسائل الإعلام المطبوعة منذ القرن الخامس عشر قتل تقليد الاتصال الشفهي. وحل محل تنظيم المجتمع على أساس الزمن، وما هو موجود Temporal تنظيم آخر قام على المساحة أو الاتساع Spatial، مما جعل الفرد يركز على أوجه نشاطه الخاصة، وجعل القيم نسبية، وحول محور السلطة من الكنسية إلى للدول، وشجع القومية المتطرفة. لاشك أن وجهه النظر هذه مهمة وجديرة بالدراسة، ولكن هذه التطورات التي حدثت لا يمكن أن نعزوها فقط إلى تطور تكنولوجية المطبوع، فمما لا شك فيه أن الاختراعات التكنولوجية الأخرى، مثل وسائل المواصلات السريعة، ومصادر الطاقة الجديدة، والمعدات الآلية، والإلكترونيات، وإحياء التعلم، ونمو الديمقراطية، ونمو الطبقة المتوسطة، وتقسيم للعمل، وإثارة مثاليات اجتماعية جديدة، لاشك أن هذه العوامل كان لها أيضاً دور في التأثير. وإذا قلنا أن المطبوع كان له دور في كل تلك التطورات فإن هذه التطورات بدورها أثرت بشكل ما، على المطبوع، ولكن حلول مجتمع جديد محل المجتمع الشفهي أحدث تغييرات أساسية على نظرة الإنسان الكلية للظروف المحيطة به، وحول السلطة من أيدي أولئك

الذين يستطيعون أن يتذكروا الماضي، ويحفظون الكتب السماوية، إلى أولئك الذين يعرفون الأماكن البعيدة والأساليب المختلفة لعمل الأشياء، وجعل في الإمكان تكوين جماعات اجتماعية كبيرة (وأحيانا حدوث تصادم بين تلك الجماعات) تحت قيادة مركزية. هذه التغيرات التي حدثت حينما بدأ المجتمع يعتمد على وسائل الإعلام يمكن أن نراها اليوم في العديد من الدول النامية .

تلك كانت بعض آراء هارولد أنيس التي قبلها ماكلوهان، ولكن تناول ماكلوهان تلك الأفكار هو تناول ميكولوجي، وهو يعيد إلى الأذهان افتراضات الباحثين ساير وورف، بالرغم من أن ماكلوهان مهتم بالطريقة التي تؤثر بمقتضاها وسائل الإعلام، وهو غير مهتم بتأثير اللغات، وعلى نظرة الفرد للعالم، وعلى الطرق التي يفكر بمقتضاها، ففكرته الرئيسية تقوم على أن وسائل الإعلام لا تنقل فقط معلومات ولكنها تقول لنا ما هو نوع العالم الموجود، وهذا لا يجعل حواسنا تثار وتتمتع فقط، ولكنها تعدل نسبة استخدامنا للحواس، وتغير في الواقع شخصيتنا، ولم يكن ماكلوهان أول من قال أن (الأشياء التي نكتب عليها كلماتها لها أهمية أكبر من الكلمات نفسها) ولكن الطريقة التي قدم لنا بمقتضاها هذه الفكرة هي التي نقتبس باستمرار..فهو يقول ((الوسيلة هي الرسالة)) لأن طبيعة كل وسيلة إعلامية، وليس مضمونها، هو الأساس في تشكيل المجتمعات .

الوسيلة هي الرسالة:

يرفض ماكلوهان رأي نقاد وسائل الإعلام الذين يدعون أن وسائل الإعلام الجديدة ليست في حد ذاتها جيدة أو رديئة، لكن الطريقة التي تستخدم بها هذه الوسائل هي التي ستحد أو تزيد من فائدتها، يقترح ماكلوهان بدلاً من ذلك أنه علينا أن نفكر في طبيعة وشكل وسائل الإعلام الجديدة، فمضمون التلفزيون الضعيف ليس له علاقة بالتغيرات الحقيقية التي يسببها التلفزيون، كذلك قد يتضمن الكتاب مادة تافهة أو مادة كلاسيكية، ولكن ليس لهذا دخل بعملية قراءته. فالرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه، العملية نفسها، كما أن الرسالة الأساسية في

الكتاب هي المطبوع. فالرأي الذي يقول أن وسائل الأعلام أدوات يستطيع الإنسان أن يستخدمها في الخير أو الشر، رأي تافه عند ماكلوهان. فالتكنولوجيا الحديثة، مثل التلفزيون أصبحت ظرفاً جديداً محيطاً مضمونه ظرف أقدم. وهذا الظرف الجديد يعدل جذريا الأسلوب الذي يستخدم به الناس حواسهم الخمس، والطريقة التي يستجيبون بها إلى الأشياء. ولا يهم إذا عرض التلفزيون عشرين ساعة يوميا أقلام (رعاة البقر) التي تنطوي على عنف وقسوة، أو برامج ثقافية راقية، فالمضمون غير مهم، ولكن التأثير العميق للتلفزيون هو الطريقة التي يعدل بمقتضاها الناس الأساليب التي يستخدمون بها حواسهم Sensory Patterns ويعبر عن هذا بقوله المختصر المشهور (الوسيلة هي الرسالة) The Medium is The Message - ويعتبر هذا من أهم الإضافات التي قدمها مارشال ماكلوهان إلى ما قاله هارولد أنيس في كتابه (تحيز الاتصال) فقد حلل ماكلوهان الطريقة التي يفترض أن المطبوع يؤثر بمقتضاها، وقال أن المطبوع يفرض منطقاً معيناً على تنظيم التجربة البصرية، لأنه يحطم الواقع إلى وحدات منفصلة ومتصلة بشكل منطقي وسببي، يتم إدراكه بشكل سطحي على الصفحة بعد تجريدها من طبيعة الحياة الكلية، غير المرتبة، وذات الأبعاد الحسية المتعددة. وبسبب هذا عدم توازن في علاقة بالظروف المحيطة به، لأن المطبوع يؤكد نوع من المعلومات يتم إدراكها بواسطة العين بدلاً من المعلومات التي يحصل عليها الفرد بواسطة الاتصال الشخصي، عن طريق كل الحواس، ولأن الكتابة والقراءة هما من أوجه النشاط الشخصية التي تتناول تجربة مجردة، فهما يفقدان الفرد لقبليته، ويأخذانه خارج الثقافة الشفهية الوثيقة العرى، ويضعانه في ظرف خاص أو شخصي، بعيداً عن الواقع الذي يتناوله اتصاله.

وبالطبع فإن تطور المطبوع يسبب تماثلاً بين أبناء البلد الواحد، ويقرب البعيد، وبهذا تحل المدينة محل القرية، وتحل دولة الأمة محل دولة المدينة. ويعتسي ماكلوهان أيضاً بفكرة (الوسيلة هي الرسالة) بالإضافة إلى هذا أن مضمون أي وسيلة هو دائماً وسيلة أخرى، فالضوء الكهربائي مثلاً هو مطومات صرفه، فهو

وسيلة بلا رسالة، إلا إذا استخدم لتقديم إعلان أو رسم، ولكن إذا نظرنا إلى الكتابة نجد أن مضمونها هو الكلام، والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع، والمطبوع هو مضمون التلفزيون، ومضمون الكلام هو عملية التفكير التي تعتبر غير لفظية، فمضمون الظروف الجديدة هو الظروف الأقدم. ونحن نحاول دائماً أن نفرض الشكل لتقديم على المضمون الجديد، وحينما كان الإنتاج الآلي جديداً خلق - بالتدريج - ظروفاً محيطة جديدة كان مضمونها الظروف القديمة للحياة الزراعية والفن والحرف.. فالظرف الآلي الجديد الذي يحيط بالأفراد حول الطبيعة إلى شكل فني، وللمرة الأولى بدأ الإنسان يعتبر المطبعة مصدراً لقيم جميلة وروحية، وبدأ الناس في الإعجاب بالعصور السابقة، بينما لم يكن الأفراد الذين عاشوا في العصور التي سبقت عصر الإنتاج الآلي على وعي بعالم الطبيعة كفن، وكل تكنولوجيا جديدة تخلق ظروفاً جديدة محيطة تعتبر هي نفسها فاسدة تحط بالشأن، ولكن الجديد يحول ما يسبقه دائماً إلى شكل فني.

فحينما كانت الكتابة جديدة، حول أفلاطون الحوار الشفهي القديم إلى شكل فني، وحينما كانت الطباعة جديدة أصبحت العصور الوسطى شكلاً فنياً، وحول عصر الصناعة عصر النهضة إلى شكل فني.

ونظراً لأن التكنولوجيا الحديثة المتغلغلة قد خلقت سلسلة كاملة من الظروف الجديدة، أصبح الإنسان واعياً ومدركاً للفنون على أنها (ضد الظروف المحيطة Anti-Environments) والأسلوب الذي تدرب به الإنسان قديماً على الملاحظة لم تعد له صلة بالعصر الذي نعيش فيه، لأنه يقوم على الاستجابات السيكلوجية والمفاهيم التي تأثرت بالتكنولوجيا القديمة - تكنولوجيا المكنة - وقد يفسر هذا (عصر القلق) الذي نعيش فيه، فنحن نشعر بالقلق لأننا نحاول أن نقوم بعمل اليوم بأدوات الأمس، وبمفاهيم الأمس.

وقد أصبح الشاب اليوم يدرك بالفطرة الظروف الحالية المحيطة أي الدراما الكهربائية، فهو يعيش بعمق، وربما كان هذا هو السبب في الفجوة الكبيرة الموجودة بين الأجيال، فالحروب والثورات والتمرد المدني هي من ظواهر الظروف الجديدة المحيطة التي خلقتها وسائل الأعلام الكهربائية، فقد أصبح زمننا هو زمن عبور الحواجز لإزالة الفئات القديمة، وللبحث عما حولنا، وتعمل الثقافة الغربية الرسمية على جعل وسائل الأعلام الجديدة تقوم بمهام الوسائل القديمة، لذلك نشهد حالياً أوقاتاً صعبة نتيجة للتصادم بين تكنولوجيتين عظيمتين، فنحن نقترّب من الجديد بالاستعداد السيكولوجي للقديم، وباستجاباتنا الحسية الملائمة للقديم، وهذا للصدام يحدث بالطبع في المرحلة الانتقالية، فالفن في أواخر العصور الوسيطة عبّر عن الخوف من تكنولوجيا المطبوع بفكرة رقصة الموت.

واليوم يتم التعبير عن مخاوف مماثلة في مسرح العبث، والإنسان لم يكن يدرك أبداً القواعد الأساسية لنظم ظروفه المحيطة أو ثقافات الظروف المحيطة، ولكن اليوم نظراً لأن ظروفنا المحيطة أصبحت تتغير بسرعة، أصبحنا قانرين حالياً على رؤية المستقبل، من الظروف المحيطة الحالية. فالفلسفة الوجودية ومسرح العبث هي ظواهر المحيط الجديد الذي يعتمد على الكهرباء، هذه الظواهر تمثل الفضل الشائع الناتج عن محاولتنا أن نقوم بالعمل المطلوب الذي تتطلبه الظروف الجديدة المحيطة بأدوات أو وسائل الظروف القديمة .

والمهم أن أي (رسالة) أو أي (وسيلة) أو أي تكنولوجيا، هي تغيير للمدى أو المساحة أو الشكل الذي تدخله في الشؤون البشرية. لم تدخل السكة الحديد الحركة أو المواصلات أو الطريق، في المجتمع البشري، ولكنها عملت على توسيع نطاق Scale تلك المهام البشرية السابقة، خالقة أنواعاً جديدة من المدن، وأنواعاً جديدة من العمل ووقت الفراغ، حدث ذلك في أي مكان عملت فيه السكة الحديد، بشكل مستقل تماماً عن الحمولة أو المضمون الذي تحمله السكة الحديد كوسيلة للمواصلات، والطائرة من ناحية أخرى، بإسراعها بالمواصلات تميل إلى حل شكل السكة الحديد

في المدينة والسياسة والارتباط، مستقلة تماماً عن استخدامات الطائرة المختلفة أو ما تحمله.

إذا عدنا مرة أخرى إلى نموذج الضوء الكهربائي نجد أنه سواء استخدام في عمل عملية جراحية في المخ أو في إضاءة مباراة الكرة السلة، فهذا ليس مهماً، نستطيع أن نقول أن أوجه النشاط تلك هي بشكل ما مضمون للضوء الكهربائي، حيث أنها لا يمكن أن تتواجد بدون ضوء كهربائي. هذه الحقيقة تصور وجهة النظر التي تسيطر على مدى الارتباط البشري وشكله وعلى العمل البشري، أما المضمون أو استخدام الوسيلة فهو متنوع ولا يؤثر على تشكيل الارتباط البشري، ولكن الملاحظ أن مضمون أي وسيلة يلهمنا عن طبيعة الوسيلة نفسها، والضوء الكهربائي لا يلفت انتباهنا كوسيلة اتصال لأنه ليس له (مضمون) وهذا يجعله مثلاً طيباً لاظهار الطريقة التي يفشل بسببها الناس تماماً في دراسة وسائل الإعلام، فإذا لم يستخدم الضوء الكهربائي في عرض اسم سلعة فإن يلاحظه أحد كوسيلة، وفي هذه الحالة، فإن الضوء وليس (المضمون) الذي هو في الواقع وسيلة أخرى، وهو الذي لم تتم ملاحظته .

رسالة الضوء الكهربائي مثل رسالة الطاقة الكهربائية في الصناعة جذرية وشاملة وغير مركزية، ونظراً لأن الضوء الكهربائي والطاقة منفصلان عن استخداماتهما إلا أنهما يستبعدان عوامل الزمن والمساحة في الارتباط البشري، تماماً كما يفعل الراديو، والتلفزيون، والتليفون، والتلفزيون، خالقين اشتراطاً أو اندماجاً Involvement بعمق .

كنا قد تحدثنا عن الأطفال الذين نشأوا عهد التليفزيون، وذكرنا أنهم يختلفون عن الأطفال الذين نشأوا في عهد المطبوع، نلاحظ حالياً أن نسبة كبيرة من الأطفال في المجتمعات الغربية الذين نشأوا في عهد التليفزيون يتركون للمدارس في سن مبكرة، والسبب ليس الظروف الاقتصادية أو الظروف الاجتماعية السيئة، ولكن

السبب هو أن طفل اليوم هو طفل التلفزيون، فالتلفزيون قدم ظروفًا جديدة لتكيف بصري منخفض Low Visual Orientation واشترك مرتفع، الأمر الذي يجعل قبول أسلوب التعليم القديم صعباً. قد تكون إحدى الاستراتيجيات لمواجهة هذه المشكلة هي رفع المستوى البصري بصورة التلفزيون لتمكين التلميذ من الوصول إلى مستوى يقترب من العالم البصري القديم لحجرة الدراسة والمنهاج المقررة، وهذا يستحق التجربة كحل مؤقت، ولكن التلفزيون عنصر واحد من عناصر الجو الإلكتروني المحيط الذي يعتمد على شبكة أو دائرة الكترونية جاءت مباشرة، بعد العالم الذي اعتمد على العجلة والصامولة والمسمار. لقد أصبح لزاماً علينا أن نسهل انتقالنا من العالم البصري المجزأ، أي عالم المطبوع، حتى تصل إلى أسلوب للتعليم نستخدم فيه كل وسيلة حديثة متوافرة.

حالياً يسمح لشباب اليوم بإدراك معالجة التراث التقليدي للبشرية من خلال باب الوعي التكنولوجي، فقد أغلق المجتمع هذا الباب الوحيد الممكن لذلك لأن المجتمع ينظر إلى الشاب من خلال مرآة تعكس الأشياء والخيالة (أي الماضي) يعيش الشباب اليوم بعمق في عالم خيالي أو سحري بينما يواجه - عندما يتعلم - ظروفًا منظمة على أساس المعلومات المصنفة، أي الموضوعات غير المتصلة التي يتم إدراكها بصرياً على أساس خطي. لا توجد أمام الطالب وسيلة للاشتراك ولا يستطيع أن يكتشف كيف تتصل المشاريع التعليمية بعالمه الخيالي الذي يتحرك فيه، وعلى المؤسسات التعليمية أن تدرك بسرعة أننا نعيش في حرب بين تلك الظروف المحيطة ووسائل الإعلام الأخرى، غير الكلمة المطبوعة، فالفصل الدراسي فسي كفاف مرير من أجل الحياة في العالم الخارجي الذي خلقته وسائل الإعلام الحديثة، ويجب أن ينتقل التعليم من التدريس، ومن فرض صور مطبوعة أو متماثلة على الطلبة إلى الكشف والاكتشاف والتعمق.

والوسيلة هي الرسالة، تعني بالإضافة إلى ذلك، أشياء أخرى فقول ماكلوهان يشير أيضاً إلى أن لكل وسيلة جمهوراً من الناس الذين يفوق حبهم لهذه الوسيلة

اهتمامهم بمضمونها، بمعنى آخر التلفزيون كوسيلة هو محور لاهتمام كبير، فكما يحب الناس أن يقرعوا من أجل الاستمتاع بممارسة تجربة المطبوع، وكما يجد الكثيرون متعة في التحدث إلى أي شخص في التلفزيون، كذلك يحب البعض التلفزيون بسبب الشاشة التي تتحرك عليها الصور، والصوت.

علاوة على ذلك، (الرسالة) في الوسيلة هي تأثير الأشكال التي تظهر بها على المجتمع. الرسالة المطبوعة كانت كل جوانب الثقافة الغربية التي أثر عليها المطبوع، والرسالة في وسيلة السينما هي مرحلة الانتقال من الروابط السطرية إلى الأشكال، كذلك يقترح ماكلوهان أن بناء الوسيلة ذاتها مسئول عن نواحي القصور فيها ومسئول عن مقدراتها على إيصال المضمون، فهناك وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة، كرة القدم مثلاً، أفضل في التلفزيون منها في الراديو أو في عمود الجريدة، ومباراة كرة القدم الرديئة على شاشة التلفزيون أكثر إثارة من مباراة عظيمة تذاع بالراديو، ولكن على العكس من ذلك أغلب تحقيقات الهيئات النيابية، أقل إثارة للملل في الجريدة عنها في التلفزيون، ويبدو أن كل وسيلة بها (ميكانيزم) خاص بها يجعل بعض الموضوعات أفضل من موضوعات أخرى.

الوسائل الساخنة والوسائل الباردة :

وقد ابتكر ماكلوهان، في تعريفه لذلك (الميكرونيزم) اصطلاحات فئات (الساخن) و(البارد) ليصف في نفس الوقت بناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم نقلها ومدى تفاعلها، وما نطلق عليه كلمة (بارد) تستخدم عادة في وقتنا الحاضر لتعني الجدال الذي ينعكس فيه الناس بشدة، ومن ناحية أخرى (الاتجاه البارد) (كان يعني الحياد الذي يميل إلى الابتعاد وعدم الاهتمام، كلمة (ساخن) أصبحت غير مستخدمة حينما طرأت تغيرات عميقة على طريقة النظر للأمور، ولكن التعبير الدارج (بارد) ينقل قنرا إلى جانب الفكرة القديمة (ساخن) فهو يشير إلى نوع من الالتزام والمساهمة في ظروف تتضمن قدرات الفرد كلها.

ماكلوهن لا يهاجم فقط السطرية، ولكن أيضا الطبيعة التجريدية للغة المطبوعة التي تعتبر من عناصر قوتها، وبدلاً من المقدرة على التجريد، يهتم بالمقدرة على التخيل التي تعتبر محور فكرته أو مفهومه، الذي يقتبس دائماً حينما يفرق بين الوسائل (الساخنة) و(الباردة).. فالوسيلة (الساخنة) هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو الوسيلة التي تقدم المعنى، مصنوعاً جاهزاً إلى حد ما، مما يقلل احتياج الفرد للخيال لكي يكون صورة للواقع من العلاقات التي تقدم إليه، أما الوسيلة (الباردة) فهي الوسيلة التي تحتاج إلى أو تحافظ على التوازن بين الحواس، وتحتاج لقدر كبير من الخيال، ولكن حتى ماكلوهان نفسه لا يتسم بالثبات الكامل في تصنيفه لوسائل الأعلام تحت هاتين الفئتين، فهو يعتبر المطبوع والراديو من الوسائل (الساخنة)، التي تستخدم كل منهما حاسة واحدة، ولا تحتاج (في رأي ماكلوهان) إلا لقدر بسيط من الخيال، بينما يعتبر الفيلم الناطق والتلفزيون، من (الوسائل الباردة) التي تحتاج، كما يقول ماكلوهان، إلى أقصى درجة من الجهد الخيالي من جانب المتفرجين. والغريب في نتائج ماكلوهان المتصلة بالاحتياج للخيال أنه، لا يعتمد أساساً على الحاجة للتنظيم والتجريد من القدر الكبير من التجربة المحددة التي يقدمها التلفزيون، ولكنه يهتم أساساً بأسلوب الإدراك، بمعنى أن التلفزيون يقدم عدداً كبيراً من نقاط الضوء الصغيرة التي يجب أن تنظمها الأنظمة العصبية والحسية المركزية، وتكون منها صورة للواقع .

بهذا المعنى يستطيع الفرد أن يعتبر الآلية الذاتية Automation باردة، في حين أن الأنواع الميكانيكية القديمة أو (الوظائف) المجزأة، ساخنة، والشخص التقليدي أو غير المتطور أو المحافظ ليس (بارداً) لأن قدراته لا تساهم بعمق .

الوسيلة الساخنة أو التجربة الساخنة، درجة وضوحها مرتفعة، High Definition أو هي أقرب للأشياء الطبيعية، فهي على درجة عالية من الفردية، كما أن بها قدراً كبيراً من المعلومات المطلوبة، ولا تحتاج إلى مساهمة كبيرة من جانب المتلقي، أما الوسيلة (الباردة) فدرجة وضوحها (منخفضة) والمعلومات التي

تقلها أيضاً منخفضة، وتتطلب من جانب الجمهور مساهمة لتكملة التجربة. صورة التليفزيون درجة وضوحها منخفضة، لذلك يضطر الفرد إلى المساهمة أو الاشتراك سيكولوجيا بدرجة كبيرة، أي يضطر المتفرج إلى أن يملأ المساحات التي يشاهدها بالعقل، كما يفعل بالكارتون، لهذا نجد متفرج التلفزيون أكثر اشتراكا في تكملة الصورة التي يقدمها التليفزيون منه في حالة الفيلم السينمائي، فهو مضطر لبذل مجهود، وهو يستعرض الصور بعينه ليكملها ويملأ نواحي النقص فيها.. يسمى ماكلوهان التليفزيون وسيلة (باردة) والصحافة وسيلة (ساخنة) بسبب المدى الذي تشترك به حواسنا في كل منها، (وتأثير كل وسيلة على بناء المجتمع يتوقف، إلى حد كبير، على درجة حرارتها) فإن الوسيلة الساخنة تسمح بمساهمة أقل من الوسيلة الباردة، فالمحاضرة مثلا تسمح بمساهمة أقل من الندوة (السمنار) والكتاب يحتاج إلى مساهمة أقل من الحوار، والكارتون وضوحه أو دقته (منخفضة) ذلك لأنه يقدم قذرا بسيطا من المعلومات...فهو بارد .

المطبوع وسيلة ساخنة، يفرض نمطه على الصفحة، يتكرر بلا نهاية، وهو يقوم على التجريد، ويحمل المطبوع الإنسان بعيدا عن العلاقات الوثيقة التقليدية المعقدة إلى أسلوب الحياة الحديثة، من القبلية إلى الأممية، ومن الإقطاع إلى الرأسمالية، ومن الحرفية إلى الإنتاج على نطاق واسع، ومن الحكمة إلى العلم، والمطبوع يقوم على تعدد الرسائل والأنماط بشكل لا نهائي.

نظرية فجوة المعرفة:

النشأة:

لقد ساد الاتجاه لفترات طويلة حول قدرات وسائل الإعلام على التأثير الرهيب على الأفراد، وظهرت نظريات كالرصاصة السحرية لتؤكد ذلك؛ إلا أن هذا الاتجاه خفت تدريجيا وظهر اتجاه آخر يرى بأن لوسائل الإعلام تأثير معتدل مستثنين على ذلك بعدم وجود توازن في المعرفة المكتسبة بين مختلف شرائح الجمهور أفرادا وجماعات، وهناك أشكال تؤثر وسائل الإعلام عن طريقها في إيجاد

هذه الفجوة والإبقاء عليها ومنها: شكل الرسالة الإعلامية، ومستواها اللغوي، وتوقيت إذاعتها أو مكان نشرها، وقد أجرى هيمان وشيتسلي دراسة عام 1947م أكدت على أن وسائل الإعلام لا تنقل المعلومات لجميع فئات الجمهور بنفس الدرجة، بالرغم من كثافة التغطية، وتنوع المعلومات التي تقدم، وذلك كإشارة حول وجود فجوة في المعرفة بين أفراد الجمهور، ثم توالى الدراسات حيث أشار كل من ستار وهجز 1950م إلى أن الحملة للتعريف بالأمم المتحدة ذات تأثير ضئيل، حيث لم يتأثر مستوى معرفة الأفراد بعد الحملة عما قبلها.

وقد وضع نيتسنور وألين ودونوهيو عام 1970 فروض نظرية فجوة المعرفة بناء على ما توصل إليه روبنسون عام 1970 من أن تتفق المعلومات يترتب عليه توسيع فجوة المعرفة بين الأشخاص حتى الأفضل تعليميا. الأمر الذي يوضح أن فكرة فجوة المعرفة قد نبعت من تفكير الباحثين في التأثيرات طويلة المدى لوسائل الإعلام.

المفهوم:

تعتمد هذه النظرية على الفرض التالي: "يؤدي تنفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذو المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان"، ويؤكد هذا الفرض على أن الفئات ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام، ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبيا من الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

وقد أيدت بحوث عديدة صحة هذه الفرضية في الولايات المتحدة، وأوروبا، وأمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط.. حيث أشارت إلى أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية هي المحدد الأساسي لاكتساب الجمهور للمعرفة .

الأبعاد النظرية لبحث فجوة المعرفة:

هناك بعدان نظريان لبحث فجوة المعرفة هما:

- البعد الأول: المستوى المحدود أو الفردي: micro level يركز هذا البعد على أن الفرد يكتسب المعرفة نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام مع الوضع في الاعتبار للمتغيرات الأخرى المرتبطة بالشخص، والتي تتضمن الفروق الفردية في القدرة المعرفية، ومهارات الاتصال، ومستويات الاهتمام وغيرها.

- البعد الثاني: المستوى الأوسع أو المجتمعي: macro level ويشمل البناء الاجتماعي والمتغيرات المتعلقة بالمجتمع في نطاق واسع، مثل نشر توزيع المعلومات، والنزاع الاجتماعي، والتكتل الاجتماعي، وسيطرة بعض المنظمات الإعلامية على المعلومات.

وقد أجريت بحوث عديدة على المستويين الفردي والمجتمعي لاختبار معدلات النمو المعرفي ومستويات المعرفة كمتغيرات تابعة، وركزت بحوث المستوى الفردي على التعليم كمتغير رئيسي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي باعتباره يؤثر في معدلات اكتساب المعرفة، ويساعد على فهم المعلومات وتذكرها، واستخدام الخبرات والمعارف المخزنة بالذاكرة، في حين ركزت بحوث المستوى المجتمعي على عملية السيطرة على المعلومات وعلاقتها بالنظام الاجتماعي، وأساليب تدفق المعلومات على مستوى المجتمع.

التعليم وأثره في تكوين فجوة المعرفة:

ويرى تيتشنور وزملائه أن مجال ظهور الفجوات المعرفية هو الاهتمامات العامة مثل الشؤون العامة والأخبار العلمية، بينما تظهر هذه الفجوة بشكل أقل في

مجالات محدودة ذات العلاقة بالاهتمامات الخاصة مثل الرياضة أو رعاية الحدائق، حيث يختلف الناس في مستوى الاهتمامات وينعكس ذلك على التعرض للمعلومات، أما الفئة التي تجتمع في اهتمام خاص فانه سيكون لديهم نفس درجة اكتساب المعلومات الخاصة بهذا الاهتمام بصرف النظر عن الفوارق الاقتصادية أو التعليمية.

ويفترض تيتشنور وزملائه في نموذجهم لفجوة المعرفة أن التعليم يؤثر في معدلات اكتساب المعرفة من خلال تنمية مهارات الفهم والتذكر وقرارات الاتصال وتحقيق مستوى أعلى للمعرفة المختزنة، وهو ما أكدته دراسة "وايد وشرام" عام 1969م على أن التعليم يخلق استمرارية في قوة حفظ المعرفة، كما انه يسهم بدرجة كبيرة في تحديد قدرات الجمهور في الاستجابة للمعلومات الواردة من خلال وسائل الإعلام.

أسباب حدوث فجوة المعرفة:

يرى تيتشنور ودونوهي وأولين أن هناك خمسة أسباب لإمكانية حدوث الفجوة المعرفية هي:

- 1- تباين المهارات الاتصالية بين الطبقات، فغالبا ما يكون هناك تباين في التعليم، والتعليم يعد الفرد للعمليات المعرفية الأساسية مثل القراءة والحديث والتذكر.
- 2- تباين قدرة المعلومات المختزنة أو ما يسمى بالخلفية المعرفية السابقة، والطبقات الأعلى ربما تكون اكتسبت المعرفة حول موضوعات ما خلال مراحل التعليم، أو التعرض السابق للإعلام.
- 3- أهمية التواصل الاجتماعي لدى الطبقات الأعلى، وبالتالي نجدهم يشاركون غيرهم ممن يتعرضون إلى موضوعات الشؤون العامة أو الأخبار العلمية ويدخلون في مناقشات مع الآخرين حول مثل هذه الموضوعات.

4- تأثير آلية التعرض الانتقائي وكذلك الاهتمام والتذكر، فقد لا يوجد فعلا لدى الطبقات الأقل، معلومات حول الشؤون العامة، والأخبار العلمية - تتفق مع قيمهم واتجاهاتهم، وربما لا يهتمون فعلا بمعلومات معينة.

5- طبيعة نظام وسائل الإعلام نفسه والذي نلاحظ اتجاهه أكثر للطبقات الأعلى، كما أن الكثير من موضوعات الشؤون العامة والعلوم تظهر في الوسائل المطبوعة وهذه تناسب اهتمامات وتعرض الطبقات الأعلى، وبالرغم من تفسير بعض الباحثين لظاهرة فجوة المعرفة في إطار متغير التعليم باعتباره يعكس المستوى الاجتماعي الاقتصادي للفرد، فقد ذهب آخرون مثل أيتما وكلاين 1977 إلى اعتبار متغير الاهتمام وليس متغير التعليم يحدث فجوة معرفية بين الأفراد المختلفين في مستوى الاهتمام أي الدافع لاكتساب المعلومات، وقد أيدت بعض الدراسات هذا الاتجاه، فقد قدم جينوفا وجردينبرج 1979 متغير الاهتمام كبديل للتعليم في نظرية فجوة المعرفة، حيث أكدوا أنه على الرغم من اعتبار متغير التعليم مؤثرا إلا أنه من غير الممكن اعتبار أن هناك اهتمامات متجانسة بين الأفراد الذين على المستوى التعليمي الواحد سواء كان مرتفعا أو منخفضا، وركزا على الاهتمام باعتباره عاملا رئيسيا في تقدير ظاهرة فجوة المعرفة.

الأساليب القياسية لاختبار نظرية فجوة المعرفة:

ويمكن قياس فروض فجوة المعرفة بأسلوبين هما:

الطريقة الأولى: بمرور الوقت Over Time أي أن معدلات اكتساب المعلومات عن الموضوعات التي يتم نشرها وإذاعتها يكون أسرع لدى قطاعات الجمهور الأعلى في المستوى الاجتماعي/ الاقتصادي وأبطأ لدى قطاعات الجمهور الأقل في المستوى الاجتماعي/ الاقتصادي.

الطريقة الثانية: في فترة محددة At a Given Point In Time وفي هذه الحالة يكون هناك ارتباط أعلى بين التعليم واكتساب المعرفة عن موضوع معين عنه جيدا وأكثر من موضوع أقل في الدعاية.

فجوة المعرفة والحد الأقصى للتأثيرات:

في ظل النتائج المختلفة حول اتساع أو ضيق فجوة المعرفة بمرور الوقت Over Time بين الأفراد الأعلى والأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، توصل ماكويل وونداهل إلى ما يسمى بالحد الأقصى للتأثيرات، عندما يصبح الأفراد الأكثر مقدرة على اكتساب المعرفة، أي الأعلى في المستوى الاجتماعي والاقتصادي، بمرور الوقت في حالة تشبع معرفي، أي ليس لديهم القدرة على اكتساب المزيد من المعلومات المتدفقة من وسائل الإعلام في حين تستمر الفئة الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي في اكتساب المعرفة مع استمرار التغطية الإعلامية للموضوع، ما يمكنهم من اللحاق بالأفراد الأعلى.

العوامل المؤثرة في الفجوة المعرفية:

توصل بعض الباحثين من خلال سعيهم لتطوير فرض فجوة المعرفة إلى بعض العوامل التي قد تتسبب في توسيع أو تضيق الفجوة المعرفية ومن هذه العوامل الآتي:

1- نوع الموضوع:

حيث تشير الدراسات إلى أن فجوة المعرفة تعتمد على تعقد أو سهولة الموضوع، حيث تضيق الفجوة المعرفية في حالة الموضوعات المحلية وقد تتحسر تماماً في حين تتسع في الأحداث القومية أو العالمية، ويفسر ذلك بالارتباط بين نوع الموضوع والاهتمام لدى الأفراد حيث يؤدي نوع الموضوع وارتباطه بحياة الناس إلى مزيد من الاهتمام يدفعهم إلى التماس المعلومات فتكون الفجوة المعرفية بالتالي أكثر ظهوراً بين ذوي الاهتمام بالموضوع والأقل اهتماماً به .

2- نوع الوسيلة:

أشارت بعض الدراسات إلى أنه توجد اختلافات في قدرة كل وسيلة على نقل المعلومات ونشرها، فالصحف تعمل على توزيع الفجوات في حين أن التلفزيون

يقلل منها، حيث أشار تيتشنور Tichenor إلى أن نقل المعلومات من خلال الصحف يعمل على توسيع الفجوات المعرفية نظرا لأن الصحف هي الوسيلة المفضلة للأفراد ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع، في حين يلعب التلفزيون دورا في تضيق الفجوات المعرفية بين الأفراد.

3- مستوى المعرفة:

. حاول بعض الباحثين تفسير حدوث فجوة المعرفة بعيدا عن المتغيرات المرتبطة بالجمهور مثل المستوى الاجتماعي الاقتصادي، وبعيدا عن نوع الوسيلة فاقترح البعض أسبابا تتعلق بنوع المعرفة التي يتم قياسها سواء كانت مجرد وعي بالحدث، أو معرفة متعمقة بالحدث. وتشير النتائج إلى اتساع فجوة المعرفة عندما يتم قياس المعرفة المتعمقة بموضوع معين والسؤال عن التفاصيل المرتبطة به، بينما تضيق الفجوة أو لا توجد أساسا إذا ما تم القياس بالنسبة للمعرفة العامة أو الوعي بالموضوع فقط.

4- وقت قياس المعرفة:

تشير جازيانو Gaziano إلى أن الأساليب المنهجية المتبعة في قياس المعرفة يمكن أن تؤثر في نتائج بحوث فجوة المعرفة، فدرجة فجوة المعرفة تختلف باختلاف وقت قياس فجوة المعرفة بعد التعرض لوسائل الإعلام، فكلما كان قياس المعرفة بعد التعرض مباشرة، كانت الفجوة المعرفية أقل، وكلما كان قياس المعرفة بعد فترة كبيرة من التعرض، تظهر الفجوات المعرفية أوسع بين الأفراد الذين ينتمون إلى مستويات اجتماعية اقتصادية مختلفة .

5- التأثير التكنولوجي على فجوة المعرفة:

تشير العديد من الدراسات التي حاولت اختبار فرض فجوة المعرفة إلى أن وسائل الاتصال الحديثة التي يستخدمها الأفراد بشكل فردي مثل الكمبيوتر، والانترنت، والقنوات الفضائية وغيرها، قد تؤدي إلى اتساع الفجوة المعرفية بين

الأفراد، فنحن نعيش اليوم في زمن تتغير فيه المعلومات بسرعة فائقة مما يتسبب في وصول فئات من المجتمع إلى المعلومات بعد أن تكون قديمة نسبيا وتكون فئات أخرى قد اكتسبت معلومات أجد، فانتشار وسائل الاتصال الحديثة يؤدي للانتشار غير المتساوي اجتماعيا للمعرفة.

الأبعاد المتوقعة بدراسة نظرية فجوة المعرفة:

تعتمد بحوث فجوة المعرفة على دراسة مجموعة من المتغيرات فيما يلي أهمها:

1- المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

2- المستوى التعليمي.

3- درجة الاهتمام بالموضوع أو القضية المثارة.

4- حجم التعرض لوسائل الاتصال.

5- مدى الاستغراق في التعرض.

6- درجة الدافعية.

7- رصيد الخبرة الشخصية.

8- طبيعة الموضوع أو القضية.

9- كثافة التغطية الإعلامية.

10- المتغيرات الديموغرافية.

وستتناول بعضا من هذه الأبعاد بشيء من التفصيل:

1- المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

تقوم فروض نظرية فجوة المعرفة على أساس أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية هي المحدد الرئيسي لقياس أثر تعرض الجمهور لرسائل الإعلام، وتوصلت معظم الدراسات إلى أن الأفراد ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع يكتسبون معرفة مرتفعة حول المضامين المقدمة من خلال وسائل الإعلام عن الأفراد ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض، وأن الفروق المعرفية

بين القطاعات الأعلى والأهل اجتماعيا واقتصاديا تزداد عندما تتدفق المعلومات أيضا.

2- التعليم:

أشارت جميع الدراسات التي اختبرت فروض فجوة المعرفة إلى وجود ارتباط بين المعرفة ومتغيرات التعليم، من خلال اكتساب الأفراد للمعرفة من القصص الإخبارية المتعلقة بالقضايا المختلفة، ويؤثر فهم الأفراد للأخبار نتيجة اختلاف مستوياتهم التعليمية، ويلعب مستوى التعليم للأفراد دورا في نوع الوسائل التي يتعرض لها الأفراد حيث يميل الأفراد ذات المستوى التعليمي المنخفض لمتابعة التلفاز بينما يميل الأفراد ذات المستوى التعليمي المرتفع لمتابعة الجرائد والمجلات، ومن خلال ما سبق يتبين لنا أن التعليم يعد متغيرا فعالا في التأثير على مستوى المعرفة.

3- الاهتمام:

توصل بعض الباحثين إلى أن اهتمامات الجمهور تعد عاملا رئيسيا في اكتسابه للمعرفة، حيث يرى جرابر أن الجمهور الأكثر اهتماما يكتسب المعرفة بشكل أفضل بغض النظر عن السمات الشخصية المرتبطة بالفرد مثل المعرفة السابقة أو المستوى التعليمي فالاهتمام يعد عاملا مهما من بين العديد من العوامل الشخصية والنفسية التي تؤثر في تعلم واكتساب المعلومات من وسائل الإعلام.

4- الاستغراق:

يعرف الباحثون الاستغراق بأنه إدراك المعلومات الذي يولد الانتباه، واستخدم مفهوم الاستغراق بكثافة منذ أكثر من خمسين عاما في بحوث الاتصال والتسويق ورغم تعدد تعريفاته فقد وضع الباحثون تعريفا مشتركا له وهو أن الاستغراق يعني درجة من الأهمية أو الاهتمام التي يحنثها المنتج أو السلوك لدى العديد من الأفراد وقد أثبتت الأبحاث التي أجريت عن الاستجابة المعرفية للإقناع انه عندما يكون

أفراد الجمهور أكثر استغراقا في موضوع ما، فإنهم يبذلون المجهود اللازم لفهم الجيد، وبالتالي فإنهم يكونون أكثر إدراكا للمعلومات وبشكل أعمق.

وتبنى باحثوا الاتصال وجهتي نظر مختلفتين لعملية الاستغراق، الأولى: مشتقة من بحوث الإقناع وهي أن الاستغراق هو الإحساس بالأهمية والصلة بموضوع معين أو شخص معين أو قضية، والثانية: مشتقة من بحوث الاتصال للجماهيري وترى أن الاستغراق عبارة عن مشاركة عاطفية، وعقلانية أثناء استقبال الرسالة الإعلامية، وتؤكد وجهتا النظر أهمية الاستغراق في النشاط المعرفي، وهناك نوعان من الاستغراق أثناء التعرض لوسائل الإعلام وهما الاستغراق المعرفي، والاستغراق العاطفي وذلك كالتالي:

- الاستغراق المعرفي:

حيث يعد الاستغراق المعرفي مشاركة نشطة في عملية تمثيل المعلومات ويتضح الاستغراق المعرفي في العمليات العقلية، مثل الانتباه والإدراك والتوسع المعرفي.

- الاستغراق العاطفي:

وهو ردود فعل عاطفية نحو محتوى وسائل الإعلام مثل التأثيرات العاطفية للمسلسلات الدرامية، والتي تتراوح بين شدة الكراهية، والاستفزاز، والتصفيق والهتافات.

5- للمتغيرات الديموجرافية:

وتشمل كلا من العمر، والنوع، وقد اختبرت العديد من الدراسات متغيرات العمر والنوع على اعتبار أنهما محدودان مؤثران في مستوى المعرفة.

6- الدوافع:

حيث أكد إتيما وكلاين، أن الفروق بين الأفراد في المستوى الاجتماعي الاقتصادي والتعليم ليست هي الأسباب للفجوات المعرفية بل أن الفروق بينهم في قوة الدافع أو الحافز لاكتساب المعلومات تعد من الركائز الأساسية، فكلما زادت درجة الدوافع مثل الحافز - الاهتمام - استفادت المجموعات بشكل أكثر تكافؤا وتعادل من تدفق المعلومات داخل النظام الاجتماعي.

7- الخبرة:

أكدت جرابر أن الخبرة تعد متغيرا مهما يرتبط بالمعرفة، وقالت انه إذا أراد الفرد ترتيب مصداقية المصادر المختلفة فإن الخبرة الشخصية سوف ترتفع إلى القمة، ويمكن أن يتبعها المصادر الشخصية والقصص الإخبارية، وفرق الباحثون بين الخبرة الإعلامية وبين الخبرة الشخصية وعرفوا الخبرة الإعلامية بأنها عبارة عن أعلى مستوى للتعرض والانتباه لوسائل الإعلام.

المصادر والمراجع

المصادر العربية:

1. المزاهرة، منال هلال (2012) نظريات الاتصال. عمان- دار المسيرة.
2. مراد، كامل خورشيد (2014) الاتصال الجماهيري. للتطور- الخصائص- النظريات. عمان- دار المسيرة.
3. عليان، ربحي مصطفى والديس، محمد عبد (1999) وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم. عمان- دار صفاء.
4. العلاق، بشير (2010) نظريات الاتصال. مدخل متكامل. عمان- دار اليازوري.
5. الموسوي، محمد جاسم فلهي (2013) نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري. الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.
6. العقاد، ليلى (2000) مدخل الى نظريات الاتصال ووسائله- منشورات جامعة دمشق.
7. الموسى، عصام سليمان (2009) المدخل في الاتصال الجماهيري. عمان - دار اثراء.
8. مكاوي، عماد حسن والعبد، عاطف علي (2007) نظريات الاعلام. القاهرة- مركز بحوث الاعلام - جامعة القاهرة.
9. المشاقبة، بسام عبد الرحمن (2011) نظريات الاتصال. عمان- دار اسامة.
10. ابو اصبع، صالح (2010) الاتصال الجماهيري. عمان - دار البركة.

1. Pearce 2009, p. 624.
2. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). "Living with television: The dynamics of the cultivation process" in J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp. 17-40) Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
3. McCombs, Maxwell E.; Donald L. Shaw (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media". *Public Opinion Quarterly* 36 (2): 176.
4. Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: a theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24, 43-51.
5. Postman, Neil. "The Humanism of Media Ecology". Retrieved 9 November 2012.
6. McLuhan, M.; Fiore Q.; Agel J. (1996). *The medium is the message: an inventory of effects*. San Francisco: HardWired. ISBN 978-1-888869-02-6.
7. Babbie, E. (2007). *The practice of social research*. Thomas Higher Education: Belmont, California. ISBN 0-495-09325-4.
8. Pearce, K.J. (2009). Media and Mass Communication Theories. In *Encyclopedia of Communication Theory* (p.624-628). SAGE Publications.
9. Hartley, J.: "Mass communication", in O'Sullivan; Fiske (eds): *Key Concepts in Communication and Cultural Studies* (Routledge, 1997).
10. Mackay, H.; O'Sullivan T.: *The Media Reader: Continuity and Transformation* (Sage, 1999).
11. McQuail, D.: *McQuail's Mass Communication Theory (fifth edition)* (Sage, 2005). *Thompson, John B.: *The Media and Modernity* (Polity, 1995).
12. Griffin, E. (2009). *A first look at communication theory*. McGraw Hill: New York, NY. ISBN 978-0-07-338502-0.
13. Babbie, E. (2007). *The practice of social research*. Thomas Higher Education: Belmont, California. ISBN 0-495-09325.



دار الإفتاء والنسرة والبحر

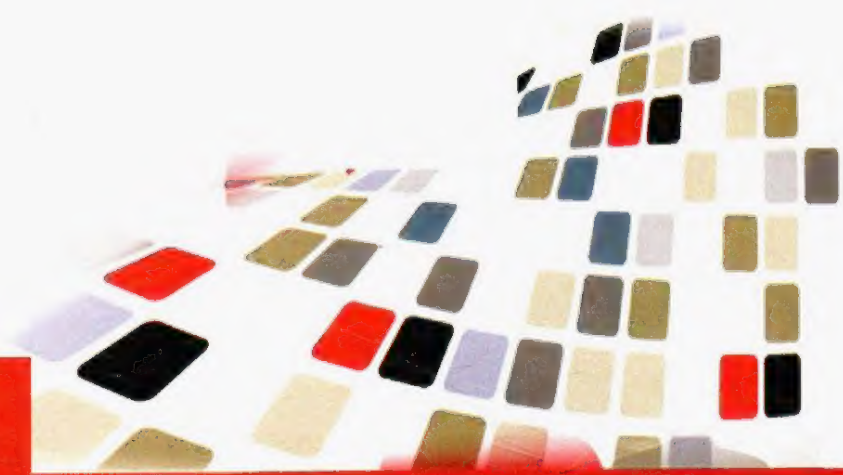
الإمام عثمان

هاتف: 5231021 فاكس: 365594 +96265236594

صندوق بريد 11941 عمان

E-mail: dar_alfatma@hotmail.com

E-mail: Daralifta@yahoo.com



الإتصال

المهارات والنظريات وأسس عامة

Bibliotheca Alexandrina



1241014



9 789957 328740



دار الحَمْدُ لِلنَّشْرِ وَالتَّوْزِيعِ

الأردن - عمان

هاتف: 5231081 فاكس: 96265235594

ص.ب: 366 عمان 11941 الأردن

E-mail: dar_alhamed@hotmail.com

E-mail: Daralhamed@yahoo.com